

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial, diharuskan membantu satu sama lain dalam hal memenuhi kebutuhan hidup mereka. Salah satu cara manusia memenuhi kebutuhan tersebut adalah dengan melakukan transaksi jual beli. Dunia ekonomi tidak terlepas dari perdagangan yang dilakukan oleh beberapa pihak produsen, konsumen, dan distributor. Pada awalnya, kemajuan ekonomi fokus pada kebutuhan pokok manusia. Namun, untuk menjalankan bisnis atau jual beli, dibutuhkan sebuah area di mana orang dari berbagai wilayah dapat berkumpul untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Pasar kemudian berkembang menjadi salah satu metode utama masyarakat untuk jual beli.

Fenomena yang terjadi di dunia bisnis modern saat ini memiliki dua sisi. Ada banyak peluang yang ditawarkan, dan ada juga banyak persaingan. Dengan kemajuan di bidang teknologi, sektor bisnis dapat mengembangkan produk inovatif dengan kualitas tinggi yang berdampak pada perilaku pelanggan. Berbisnis harus dilakukan dengan cara yang benar agar sesuai dengan syariat Islam.

Al-Qur'an telah tegas menyatakan bagaimana manusia beriman mengelola harta sesuai dengan keridhaan Allah. Janganlah saling memakan atau memperoleh harta diantara sesamamu di jalan yang tidak benar atau tidak sesuai dengan syariat. Kecuali kamu memperoleh harta itu dengan cara yang benar dalam perdagangan yang berlaku atas suka sama suka. Dan janganlah kamu membunuh dirimu atau

membunuh orang lain karena ingin mendapatkan harta. Seperti bunyi Q.S. An-Nisa' ayat 28 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Manusia memiliki preferensi dan sikap yang berbeda tiap individu. Keputusan pembelian setiap orang dapat dikatakan memiliki keunikan tersendiri. Oleh karena itu, tingkat persepsi masyarakat terhadap sesuatu dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di tempat-tempat yang mereka anggap sesuai dengan persepsi yang mereka inginkan (Kesuma Sihombing et al., 2019). Perusahaan berusaha untuk merebut perhatian konsumen dan memengaruhi perilaku pembelian mereka untuk mendapatkan keuntungan yang paling besar ketika konsumen menjadi semakin selektif dalam menggunakan merek atau produk tertentu. Kota Yogyakarta terkenal dengan pusat perdagangannya, toko retail modern adalah salah satu yang paling marak dan tersebar luas di kota Yogyakarta. Konsumen saat ini lebih memilih berbelanja di toko retail modern daripada toko retail tradisional, karena toko retail modern lebih lengkap, terjamin, bersih, dan rapi dalam tata letak toko.

Tabel 1,1
Sarana Perdagangan di Kota Yogyakarta tahun 2019 hingga 2023

Sub Elemen	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Sarana Perdagangan					
Pasar Tradisional/Pasar Rakyat	344,00	344,00	344,00	344,00	344,00 *
Pasar Kabupaten/Negeri	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00 *
Pasar Desa	174,00	174,00	174,00	174,00	174,00 *
Toko Modern	704,00	704,00	704,00	704,00 *	704,00 *

Sumber : *bappeda jogja prov (Jogja Dataku)*

**warna merah bersifat sementara*

Bisnis ritel merupakan salah satu bisnis di Indonesia yang termasuk kedalam sarana perdagangan. Bisnis ini sekarang mengalami pertumbuhan yang signifikan dan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Ritel atau sering disebut penjual eceran adalah serangkaian bisnis yang menambahkan nilai jual kepada produk yang dibeli oleh konsumen untuk keperluan pribadi atau keluarga. Bisnis yang dalam banyak situasi condong kearah usaha berskala mikro atau kecil ini sudah berkembang dari beberapa waktu silam.

Penyebaran dan pertumbuhan ritel modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak pada ritel tradisional. Hal ini dapat terlihat dari jumlah ritel tradisional yang mulai memperbaiki diri menjadi bisnis ritel modern ataupun banyaknya muncul bisnis ritel modern yang baru. Ketatnya persaingan di bisnis ritel saat ini menyebabkan pengusaha-pengusaha ritel harus mencari strategi yang tepat agar tetap bertahan dan bersaing satu sama lain (Bulan et al., 2020). Berbagai macam jenis dan bentuk ritel lambat laun mulai terekplorasi dan muncul sarana pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat yang lebih variatif (Paramarta D, 2015).

Pengelolaan usaha, bisnis ritel membutuhkan kesiapan pengelola dalam semua sektor manajerial. Kelemahan dalam satu sisi manajemen ritel akan membuat pemilik ritel mengalami

kendala dalam mengelola dan memacu industri usaha bisnis ritel bekerja dengan baik dan cepat (Danang Sunyoto et al., 2019). Saat ini, pebisnis usaha ritel terutama pebisnis baru, sering menghadapi masalah manajemen. Mereka biasanya memulai ritel tanpa ide atau strategi manajemen ritel yang matang.

Perencanaan perolehan keuntungan dalam bisnis ritel tentu saja terkait dengan perencanaan bisnis jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Perencanaan ini diperlukan oleh manajemen bisnis ritel untuk mengantisipasi kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan, serta dapat berfungsi sebagai strategi bisnis untuk memenangkan persaingan di antara pelaku bisnis ritel sejenis. Disamping perencanaan bisnis, Bisnis ritel sangat dipengaruhi oleh lingkungan fisik tempat bisnis ritel dijalankan. Lingkungan fisik memiliki efek positif dan negatif. Efek positif dari hal ini adalah membuat kegiatan bisnis lebih mudah dilakukan, efek sebaliknya yakni menghalangi perusahaan untuk mencapai tujuan mereka. Hal ini dapat bergerak fluktuatif tergantung pada pengelolaan bisnis ritel.

Lingkungan ekonomi juga mempengaruhi kegiatan bisnis perusahaan yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa. Pendirian bangunan untuk keperluan bisnis ritel di Kota Yogyakarta harus sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW). Sementara itu, pembangunan bisnis ritel tidak mempertimbangkan kemampuan lahan. Ini menjadi penting karena tujuan RT RW adalah untuk memastikan pembangunan wilayah terpadu, memastikan pembangunan kota serasi dengan wilayah sekitarnya, dan memastikan tata ruang provinsi yang baik.

Selain itu, pembangunan bisnis ritel tidak mempertimbangkan kemampuan lahan. Pasar modern juga telah dibangun di dekat pusat aktivitas penduduk. Inilah yang menyebabkan penataan ruang kota berantakan, terutama di daerah perdagangan. Ini memerlukan perencanaan ruang yang baik agar lokasi pembangunan dapat diatur untuk memenuhi kebutuhan penduduk.

Tabel 1.2
Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan 2019

Provinsi	Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut			
	Klasifikasi 2019			
	Pasar	Pusat	Toko	Jumlah
	Tradisional	Perbelanjaan	Swalayan	
	2019	2019	2019	2019
DI YOGYAKARTA	357	14	87	458

Sumber : Badan Pusat Statistik 2019

Berikut adalah Sebaran dan Pusat Perdagangan di Yogyakarta pada tahun 2019, yang di data oleh badan pusat statistik. Yogyakarta termasuk 8 provinsi pertumbuhan toko swalayan terbanyak tahun 2019. Empat provinsi di Pulau Jawa ada Jawa Tengah (193 unit), Jawa Barat (173 unit), lalu Jawa Timur (119 unit) kemudian Yogyakarta (87 unit). Dari luar pulau Jawa ada pulau Kalimantan (80 unit), Kep. Riau (55 unit), dan terakhir NTT (37 unit). Produk yang dibuat dan didistribusikan oleh produsen dan manufaktur dalam jumlah massal dalam upaya untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannya dikenal sebagai ritel. Industri ritel memainkan peran yang signifikan dalam ekonomi suatu negara, terutama dalam hal distribusi berbagai produk yang dibutuhkan masyarakat (Ardiansyah et al., 2020).

Tidak jarang penyebabnya adalah pergeseran pola belanja masyarakat dari toko retail tradisional ke modern. Faktor lain adalah penurunan daya beli. Akibatnya, toko retail tradisional bertumbangan karena tidak ada pelanggan. Namun, peraturan daerah nampaknya tidak efektif karena masih ada kasus masyarakat yang menginginkan toko modern ditutup karena beralihnya pelanggan dari toko retail tradisional ke modern. Ritel tradisional dan ritel

modern memiliki perbedaan yaitu ritel tradisional berupa toko-toko yang menjual kebutuhan harian masyarakat, dan dijalankan oleh perorangan sesuai keinginan dari pemilik.

Beberapa kriteria ritel tradisional termasuk komunikasi langsung antara penjual dan pembeli, layanan langsung oleh pemilik, tempatnya tidak terlalu luas, barang yang dijual tidak terlalu banyak jenisnya, sistem pengelolaan masih sederhana, harga yang masuk akal, tidak semua produk dipajang dan tidak ada standar yang ditetapkan. Namun, bisnis ritel modern dijalankan oleh individu atau kelompok pengusaha, ritel ini memiliki standar tertentu, dijalankan oleh bisnis yang memiliki modal yang cukup besar. Karakteristik ritel modern termasuk lokasi yang strategis, suasana toko yang nyaman, display di dalam toko yang menarik, nyaman, bersih, harga yang bersaing, rantai pasokan yang terjamin, inovasi produk, pelayanan profesional, penggunaan teknologi, dan pelanggan self-service.

Perusahaan induk bisnis ritel modern biasanya membuat sistem pengelolaan dan prosedur operasional yang baku untuk memastikan bahwa setiap ritel di bawahnya menjalankan kegiatan bisnis dengan standar dan kualitas yang sama. Contohnya adalah minimarket, supermarket, dan hypermart. Jumlah supermarket, minimarket, grosir, dan swalayan yang menerapkan konsep ritel modern terlihat jelas di hampir setiap sudut Kota Yogyakarta. Hal ini jelas menunjukkan bahwa pasar modern mendominasi dunia ritel saat ini. Namun demikian, ritel tradisional Yogyakarta masih dapat bertahan di kalangan pelanggan yang masih memiliki minat beli, yang menghasilkan pelanggan yang setia (Putri et al., 2018).

Persepsi harga adalah biaya relatif yang harus dibayar pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mereka inginkan. Nilai yang terletak pada produk atau jasa yang ditukarkan antara penjual dan pembeli dikenal sebagai harga. Pemasar menganggap harga sebagai elemen kunci dari bauran pemasaran karena harga berhubungan secara langsung dengan pendapatan dan profit yang didapat oleh perusahaan. Minat beli konsumen dapat berubah karena perbedaan

kecil pada tingkat harga. Minat mereka akan muncul pada tingkat harga tertentu yang dianggap menguntungkan. Biasanya untuk komoditi barang kemasan, harga produk di ritel modern relatif lebih murah. Hal itu dikarenakan pasar modern memiliki akses langsung terhadap produsen maupun distributor.

Tabel 1.3
Rata-Rata Harga Eceran Beras di Pasar Tradisional

Rata-rata Harga Eceran Beras di Pasar Tradisional (Rupiah/Kg)			
Kota	2014	2015	2016
D.I. Yogyakarta	9062.10	9771.84	10249.07

Sumber : Diolah dari Hasil Survei Harga Konsumen, BPS

Ini terjadi karena pedagang tradisional hanya mampu membeli barang dengan jumlah kecil, alhasil harga yang didapat menjadi mahal. Sementara pasar ritel modern mampu membeli dengan jumlah yang besar sehingga harga beli praktis lebih murah. Ketika datang ke ritel modern, beberapa strategi yang digunakan ada brosur merek, kampanye berhadiah, dan diskon. Pelanggan benar-benar dibawa dan dipuaskan dengan segala hal yang berkaitan dengan kenyamanan dan kepuasan dalam berbelanja mereka.

Kualitas pelayanan dalam ritel modern merupakan aspek penting yang mempengaruhi pengalaman pelanggan dan keberhasilan bisnis ritel modern. Ketersediaan produk yang memadai dan mudah diakses merupakan pondasi dari kualitas pelayanan dan fasilitas. Fasilitas yang lengkap menjadi salah satu pemilihan konsumen dalam berbelanja. Seperti adanya fasilitas parkir yang luas, toko aman dan bersih, serta fasilitas pembayaran yang lengkap. Berdasarkan umpan balik dan preferensi konsumen, fasilitas-fasilitas ini dapat dianggap sebagai kunci dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam minat beli.

Keterjangkauan dan kemudahan akses lokasi menjadi pilihan konsumen dalam melakukan pembelian. Apabila konsumen merasa kesulitan dalam menuju lokasi ritel untuk berbelanja

kebutuhan, konsumen akan berpikir untuk mencari alternatif retail lainnya yang lebih mudah dijangkau. Hal ini tentu juga berpengaruh pada minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang di toko ritel tersebut. Kelengkapan produk yang diperdagangkan juga menjadi faktor pilihan konsumen. Perusahaan harus menggunakan data penjualan dan tren pembelian untuk menentukan stok produk apa yang harus mereka tawarkan, ini akan menguntungkan baik untuk penjual maupun untuk pelanggan.

Kelima variabel diatas telah digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang diteliti sebelumnya yang menggunakan variabel harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di ritel modern (Mona Inayah Pratiwi, Irsal Fauzi, Abdul Aziz, 2021). Muhammad Ridwan (2018) yang menggunakan variabel kualitas pelayanan, hasil penelitiannya menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian toserba. (Dinan Hanipa Isdayanti, 2022). Pada penelitian yang diteliti oleh Mohammad Aries Wibowo, Bayu Pramutoko, dan Aprilia Dian Evasari (2023), variabel lokasi berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian konsumen di swalayan dan produk juga berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian. Dan yang terakhir pada penelitian yang dilakukan oleh Allya Ramadhina (2022) dengan variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang analisis determinasi pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta?
5. Bagaimana pengaruh produk terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan masalahnya sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.
4. Mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.
5. Mengetahui bagaimana pengaruh produk terhadap pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan mengembangkan teori serta informasi ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai determinasi pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta. Selain itu, penelitian ini juga menambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai determinasi pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan penilitan terdahulu bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai determinasi pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta.

E. Batasan Masalah

Batasan masalah ini diperlukan agar lebih spesifik. Pembatasan masalah dalam penelitian ini berupa analisis determinasi pemilihan tempat berbelanja di toko retail modern kota yogyakarta. Dan variabel yang digunakan adalah harga, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, dan produk.