

ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN MINIMARKET MODERN DAN TOKO KELONTONG DI DESA KARTONATAN, KARTASURA, SUKOHARJO

Sri Lestari, Burhanudin Ahmad Yani, Ida Aryati DPW

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta

Email : sri.lestari@gmail.com

Abstract : Sri Lestari. 2014020032. Department of Management. Faculty of Economics, Surakarta Batik Islamic University, 2021. The purpose of this study was to determine whether or not there were differing perceptions of consumers of modern minimarkets (Alfamart) and grocery stores based on price, service, product and location. This research is quantitative research, comparative method by drawing conclusions through statistical analysis. The population in this study are consumers who shop at grocery and Alfamart stores. Samples were taken as many as 100 respondents. Data needed through documents and questionnaires. The questionnaire was tested using validity and reliability. The data analysis technique used was multicollinearity test, heteroscedastity test, normality test, autocorrelation test. The results of this study show that: 1) Price (X1) there is a significant difference between Alfamart and the grocery store Test $t -0.755 < t \text{ table } 1,660$ then H_0 is accepted, 2) Services (X2) there is a significant difference between Alfamart and the grocery Test $t \text{ arithmetic } -0,718 < t \text{ table } 1,972$ then H_0 is accepted, 3) Product (X3) there is a significant difference between Alfamart and the grocery store Test $t -0,472 < t \text{ table } 1,972$ then H_0 is accepted, 4) Location (X4) there is a significant difference between Alfamart and the grocery store Test $t -0.047 < t \text{ table } 1.972$ then H_0 is accepted.

Keywords: Consumer Perception, Modern Minimarkets, Grocery Stores

1. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia dari waktu ke waktu mengalami perubahan sangat fantastis, bisa dilihat dari segi pasar/pusat perbelanjaan. Pasar ialah suatu pertemuan antara pembeli dan penjual untuk mencapai kesepakatan, bagi penjual menggiginkan keuntungan dan bagi pembeli mendapatkan barang sesuai keinginan. Pasar terdiri dari dua yaitu pasar modern dan pasar tradisional, Pasar modern ialah tempat dimana konsumen melakukan pelayanan sendiri, memilih barang sesuai kebutuhan dan harga sudah tertera dilebel (tidak ada tawar-menawar). Salah satu contoh dari pasar modern (minimarket) seperti alfamart, indomart, alfamedia dan lain-lain. Pasar tradisional merupakan tempat bertemu penjual dan pembeli dimana konsumen masih bisa melakukan tawar-menawar (barang masih bisa di ecer sesuai kebutuhan pembeli). Salah satu contoh dari pasar tradisional (toko kelontong) seperti kios-kios, warung, ruko dan lain-lain. Menurut penelitian (Raharjo, 2015) Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan omsed, hasil responden menunjukkan valid dan reliabel

Seiring berkembangnya zaman, pasar tradisional semakin menurun pamornya, hal ini terjadi karena maraknya pusat perbelanjaan seperti minimarket modern, muncul dengan wajah menarik yang dinilai cukup potensial oleh para pembisnis rintal yang masuk diIndonesia, sehingga mengalami perubahan sangat pesat untuk saat ini. Hal ini dikarenakan para pembisnis rintal mempunyai visi misi yang kuat untuk memikat konsumen dengan kehadiran mereka, minimarket modern hampir dapat ditemui disetiap jalan raya yang dinilai cukup strategis, para

pembisnis rintal lain pun juga ikut berlomba-lomba dalam mengelola manajemen yang disusun semaksimal mungkin untuk memikat para konsumen. Bahkan lokasi yang dijadikan lapak pun saling berdekatan dengan perusahaan lain, jika kondisi tersebut dibiarkan para pelapak tradisional/toko kelontong yang didominasi masyarakat menengah kebawah mulai punah. Hadirnya minimarket menjadi ancaman bagi toko kelontong, bahkan banyak dari mereka yang akhirnya gulung tikar karena tidak dapat bertahan dan bersaing dari maraknya minimarket modern. Menurut penelitian (Taufik, 2010) Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel omzet penjualan pasar tradisional menunjukkan perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah hadirnya pasar modern dimana omzet setelah ada pasar modern lebih rendah dibandingkan sebelum hadirnya pasar modern. Sedangkan variabel lainnya, yaitu jumlah tenaga kerja dan harga jual barang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Melihat minimarket modern yang semakin hari mulai menjamur, tentu membuat resah pengusaha menengah kebawah yang tak mampu bersaing dengan teknologi modern, seperti toko kelontong yang menjual produk yang serupa. Karena konsumen memilih belanja di minimarket modern, disamping tempatnya bersih, nyaman, pelayanan memuaskan, dan banyak promo-promo yang menarik yang ditawarkan, tentu saja membuat konsumen semakin tergiur. Menurut penelitian (Hutabarat, 2009) Hasil penelitian adalah perkembangan pasar modern yang cukup pesat menimbulkan dampak bagi pasar tradisional dikota medan variabel jam buka toko margin laba, pedagang tidak berbeda signifikan antara sebelum dan sesudah ada pasar modern. Terdapat perbedaan para pedagang sejak munculnya pasar modern brastagi.

Terdapat beberapa hal yang menjelaskan bahwa minimarket banyak diminati konsumen. Pertama, harga di minimarket banyak memberi diskon. Kedua, fasilitas seperti AC dan musik yang membuat konsumen merasa nyaman untuk berbelanja. Ketiga, pelayanan yang sangat puas, misal kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang diinginkan oleh konsumen.

Toko kelontong juga mempunyai keunggulan. Pertama menjual produk dengan diecer sesuai kebutuhan konsumen. Kedua, memudahkan kebutuhan sehari-hari karena dekat permukiman warga. Ketiga, jadi lebih memasyarakat dengan kata lain anda telah berusaha membuat diri anda lebih berbaur dengan masyarakat atau mengakrabkan diri.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin melakukan sebuah penelitian yang ntikberjudul “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Minimarket Modern Dan Toko Kelontong Di Desa Kartonatan, Kartasura, Sukoharjo (Studi Pada Alfamart Dan Toko Kelontong)”

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian secara sederhana dapat diartikan sebagai cara yang digunakan agar penelitian dapat dilaksanakan secara sistematis dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Suatu penelitian dapat dipandang suatu usaha kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah dengan menggunakan metode yang sesuai, alat dan fasilitas yang memungkinkan agar dapat mencapai hasil yang dapat di pertanggung jawabkan.

Metode adalah suatu cara yang digunakan para peneliti untuk mencari kebenaran suatu subyek, untuk menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah dalam rangka mencapai tujuan tertentu .

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis metode komparatif. Menurut (Sugiono, 2009) metode komparatif yaitu metode penelitian yang bersifat membandingkan keberadaan suatu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif.

Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di didesa kartonatan, kecamatan kartasura, kabupaten sukoharjo

Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah Wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2011:80).

Menurut Suharsimi Arikunto menyatakan bahwa, “Apabila populasi kurang dari 100, lebih baik mengambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika jumlah subjeknya besar, maka dapat diambil antara 10 - 15% atau 20 - 25% atau lebih”.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki pada populasi. Sugiyono (2011:81) Besarnya sampel dipengaruhi oleh banyaknya faktor antara lain tujuan peneliti. Jika penelitian diskriptif, umumnya membutuhkan sampel yang besar, tetapi jika peneliti hanya menguji hipotesis dibutuhkan sampel yang sedikit.

Dalam penelitian ini yang dijadikan subyek penelitian adalah para konsumen yang belanja di toko kelontong dan alfamart. Populasi penelitian ini ada 100 responden karena jumlah populasi tak terbatas, sampel yang digunakan sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan atau siapa saja yang kebetulan (insidental) bertemu dengan penelitian yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel.

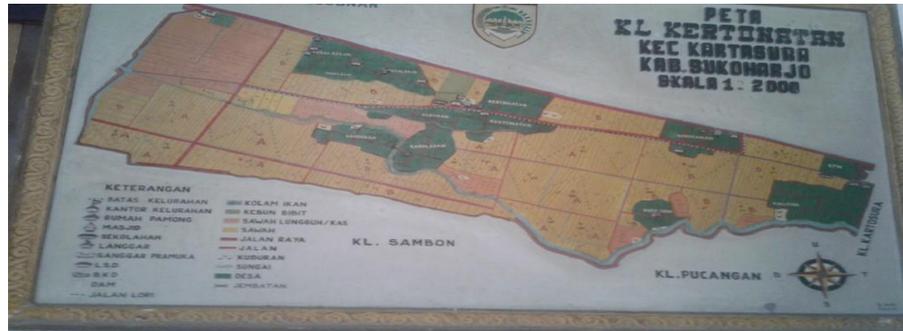
3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Wilayah Desa Kartonatan

Desa Kartonatan berada di kecamatan kartasura, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia. Desa katonatan merupakan satu kelurahan diwilayah kecamatan kartasura, daerah ini sejak tahun 2006 berkembang pesat dan menjadi salah satu incaran untuk permukiman kawaran perumahan baru nyaman, asri dan indah.

Kelurahan kartonatan berjarak kurang lebih 1 km dari kecamatan kartasura. kartonatan memiliki luas wilayah sekitar 120.0065 ha, dengan jumlah penduduk sekitar 2.353 jiwa, 10 dukuh, 5 RW, 18 RT, 813 KK, dan memiliki batas wilayah desa dari sebelah utara desa wiragunan, sebelah timur desa kartasura, sebelah selatan desa sambon, sebelah barat desa kuwiran.

Kelurahan kartonatan terletak di kecamatan kartasura, kota sukoharjo, letak kantor kelurahan kartonatan berada dipinggir jalan diponegoro 168 solo- semarang yang dipimpin oleh bapak lurah yang bernama Winarto.



Peta Kelurahan Kartonatann

Karakteristik Obyek Penelitian

1. Minimarket modern (alfamart)

Alfamart didirikan pada tahun 1989 oleh Djoko susanto dan PT Sumber Alfaria Triyajaya Tbk (Alfamart/Persero), mengawali usahanya dibidang perdagangan dan distribusi, kemudian pada 1999 mulai memasuki sektor minimarket. Ekspediasial memulai perseroan pada tahun 2002 dengan mengakusisi 141 gerai alfaminimart dan berubah menjadi Alfamart. Kini Alfamart menjadi usaha menjamur di dalam usaha rinal. dengan melayani lebih dari 2,1 juta pelanggan setiap hari dengan 600 gerai diwilayah indonesia. Didukung lebih dari 60.000 karyawan, menjadikan Alfamart sebagai pembuka lowongan kerja terbesar di Indonesia.

2. Toko kelontong

Istilah kelontong sebenarnya berasal dari sebuah alat bunyi-bunyian yang berbentuk tambur dalam ukuran kecil/mini dan bertangkai. Jika alat ini digerak- gerakan atau dipukul akan menghasilkan bunyi “klontong-kelontong”, oleh pedagang Tionghoa yang berkeliling kampung menawarkan barang dagangannya

Dalam perkembangan mereka tak lagi berjualan keliling, melainkan mendirikan toko atau kios. Toko kelontong berdiri sekitar akhir abad ke-19 banyak didirikan oleh para pedagang yang membawa kelontongan, kemudian dikenal dengan toko kelontong. Toko/kios kelontong tidak menjual alat atau mainan yang disebut kelontong, tapi menjual aneka ragam kebutuhan sehari-hari.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas konsumen berpengaruh terhadap harga, pelayanan, produk dan harga, dapat disimpulkan sebagai berikut :

a) Harga

Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah persepsi harga. Pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibedakan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen karena menggunakan jasa tersebut.

Persepsi harga dapat dijadikan sebagai ukuran kuatitas produk berikut perbedaan harga Alfamart lebih mahal karena harga jual udah ditentukan atau dikenai pajak, untuk beberapa event harga jual produk mengalami potongan harga atau diskon, sedangkan harga Toko kelontong bisa seper empat dari harga barang yang ditawarkan diAlfamart. Selain itu harga yang ditawarkan mendapatkan harga yang lebih murah. Maka konsumen memilih produk yang sesuai yang diinginkan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arif (2018) dengan judul “ Analisis Pengaruh Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif ekonomi Islam” (bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen indomaret)

b) Pelayanan

Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah persepsi pelayanan. Menurut Kotler (2008) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh penjual yaitu bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam transaksi. Berikut perbedaan Pelayanan Alfamart lebih memuaskan sebagai besar orang suka dilayani, tapi waktu belanja orang suka dilayani sendiri seperti hal lihat-lihat kemasan, tanggal kadaluarsa, komposisi dan memilih barang sesuka hati tidak ada yang melarang, sedangkan Pelayanan di Toko kelontong kurang memuaskan kita harus menunggu pedanganya yang melayani pembeli yang lebih awal, kadang kalau memilih-milih barang terlalu lama di tegur.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Widodo (2016) dalam penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli”. Menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pegawai, maka akan tinggi tingkat keputusan pembeli.

c) Produk

Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah persepsi produk Menurut Kotler dan Amstong (2012) kualitas produk adalah suatu produk yang mampu memberikan kemanfaatan dan nilai guna lebih.

Produk merupakan barang yang sangat banyak dicari para konsumen, beberapa perbedaan Alfamart memiliki Stok produk lebih banyak dan Pemasok dari berbagai produksi yang berbeda, sedangkan Toko kelontong memiliki Stok produk kurang lengkap karena mereka tidak berkerja sama dari berbagai pemasok (usaha sendiri)

d) Lokasi

Faktor yang mempengaruhi perbedaan persepsi Lokasi antara Alfamart dan Toko kelontong adalah Harga, Pelayanan, Produk dan harga. Suatu dapat mempertahankan Usahanya apabila dapat memberikan pelayanan baik pada kepuasan pembeli. Perilaku konsumen sebelum menentukan Produk mana yang dipilih biasanya akan membandingkan harga, lokasi dan pelayanan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Guratu (2013) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli Pada Toko Ramayana Motor Poso Sulawesi Tenggara”. Menyatakan pelayanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli pada toko Ramayana Motor Poso

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa konsumen memilih toko kelontong dalam memilih tempat belanja. Hal ini didukung oleh hasil survey dan hasil jawaban kuesioner .

4. KESIMPULAN

1. Uji Beda Variabel Harga (X1) antara Alfamart dan Toko Kelontong
Pada tabel 4.21 menunjukkan nilai rata-rata Harga (X1) pada Alfamart sebesar 17,45 sedangkan nilai rata-rata Harga (X1) pada Toko Kelontong sebesar 17,85.
Uji t hitung $-0,755 < t$ tabel 1,660 maka H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan Harga (X1) antara Alfamart dan Toko kelontong.
2. Uji Beda Variabel Layanan (X2) antara Alfamart dan Toko
Pada tabel 4.23 menunjukkan nilai rata-rata Layanan (X2) pada Alfamart sebesar 17,46 sedangkan nilai rata-rata Layanan (X2) pada Toko Kelontong sebesar 17,84.
Uji t hitung $-0,718 < t$ tabel 1,972 maka H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pelayanan (X2) antara Alfamart dan Toko Kelontong
3. Uji Beda Variabel Produk (X3) antara Alfamart dan Toko Kelontong
Pada tabel 4.25 menunjukkan nilai rata-rata Produk (X3) pada Alfamart sebesar 21,05 sedangkan nilai rata-rata Produk (X3) pada Toko Kelontong sebesar 21,33
Uji t hitung $-0,472 < t$ tabel 1,972 maka H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan Produk (X3) antara Alfamart dan Toko Kelontong.
4. Uji Beda Variabel Lokasi (X4) antara Alfamart dan Toko Kelontong
Pada tabel 4.27 menunjukkan nilai rata-rata Lokasi (X4) pada Alfamart sebesar 14,17 sedangkan nilai rata-rata Lokasi (X4) pada Toko Kelontong sebesar 14,19.
Uji t hitung $-0,047 < t$ tabel 1,972 maka H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan Lokasi (X4) antara Alfamart dan Toko Kelontong

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat desa kartonatan lebih suka berbelanja di Toko kelontong dari pada Alfamart

DAFTAR PUSAKA

- Agus susilo, Taufik,2010. Dampak keberadaan pasar moderen terdapat usaha ritel koperasi/Waserda dan pasar tradisional
<https://iilmumanajemenpemasaran.wardpres.com/2009/10.31/fakta-pngarh-kep-pmblian/> akses (26 november 2018)
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/konsumen>
- Marthin rapael hutabarat,2009.Dampak kehadiran pasar moderen brastagi supermarket terhadap pasar trsdisional seisikamping di kota medan
- Reza haditya raharjo, 2015.Analisis pengaruh keberadaan minimarket modern terhadap kelangsungan toko kelontong disekitarnya (studi kasus kawasan semarang barat, banyu manik, pedurungan kota semarang)
- Sugiyono 2010. Metode penelitian pendidikan.Bandung:Alfabeta
- _____, 2011. Metode penelitian kuantitatif kualitatif R dan D.Bandung: alfabet