

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

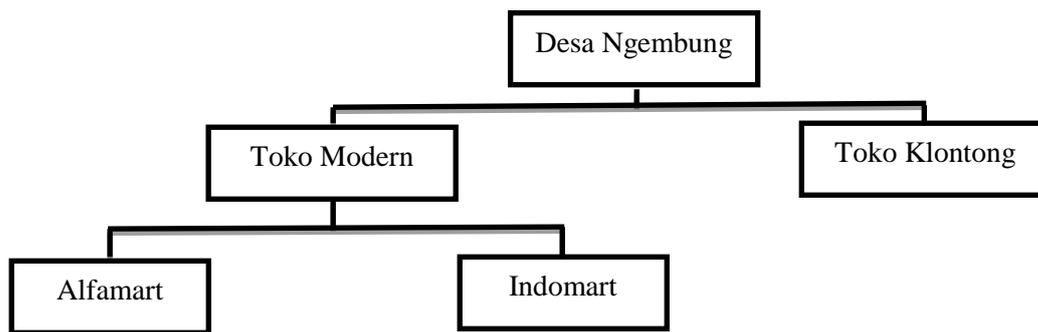
Perdagangan tidak lain merupakan kegiatan atau pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan. Perdagangan di Indonesia sudah tidaklah asing bagi masyarakat. Di setiap wilayah sudah banyak masyarakat yang mendirikan toko sebagai pekerjaannya untuk mendapatkan keuntungan, seperti di Desa Ngembung Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Desa Ngembung merupakan desa yang jumlah penduduknya terdapat 2.659 orang, dari seluruh jumlah penduduk terdapat 31 orang yang memiliki pekerjaan sebagai pedagang (gresikkab.go.id). Macam-macam pekerjaan sebagai pedagang di Desa Ngembung tidak hanya pedagang toko klontong saja, namun ada seperti pedagang pakaian, makanan, dan alat-alat bangunan. Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat 12 orang yang menjadi pedagang toko klontong.

Toko klontong adalah toko yang menjual barang atau bahan kebutuhan sehari-hari seperti sembako dan lain-lain. Menurut Utama (2014;5) toko klontong merupakan toko yang menjual barang kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, rumah tangganya, dan keluarga. Toko klontong dalam proses penjualannya dapat dilakukan tawar menawar antara penjual dan pembeli, namun tidak semua barang dapat dilakukan tawar menawar.

Semakin berkembangnya jaman, bahkan bukan hanya toko klontong saja, sekarang toko modern seperti Alfamart dan Indomart sudah banyak berdiri disekitar Desa Ngembung yaitu sepanjang jalan Morowudi hingga Dadapkuning

Kecamatan Cerme. Jumlah toko modern yang sudah berdiri di sekitar Desa Ngembung terdapat tujuh toko modern. Menurut Nurmasarie dan Iriani (2013) pusat perbelanjaan yang semakin berkembang saat ini adalah ritel modern seperti supermarket, minimarket, dan hypermarket.

Semakin pesatnya pertumbuhan jumlah toko modern maka persaingan di bidang perdagangan semakin ketat. Keberadaan toko modern disekitar desa Ngembung menjadi ancaman bagi toko klontong di Desa Ngembung, karena masyarakat Desa Ngembung banyak yang mengunjungi atau belanja di toko modern. Akan tetapi fenomena yang terjadi toko klontong di Desa Ngembung masih dapat bertahan untuk berdagang meskipun toko modern banyak yang berdiri di sekitar Desa Ngembung.



*Sumber : Diolah Peneliti, 2019*

**Gambar 1.1**  
**Fenomena**

Hidayat (2008) menyatakan bahwa harga yang rendah, kualitas barang, dan tempat yang lebih nyaman menjadi preferensi masyarakat mengalihkan belanja ke toko modern. Sama halnya dengan Menry, Afdhal, dan Syahar (2019) yang mengemukakan bahwa terdapatnya perubahan penurunan yang signifikan dari keberadaan toko modern. Berdasarkan pernyataan peneliti terdahulu oleh Hidayat, Menry, Afdhal dan Syahar, bahwa keberadaan dari toko modern

memiliki dampak yang negatif bagi toko klontong sehingga masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di toko modern. Pernyataan tersebut bertolak belakang dengan kondisi atau fenomena yang terjadi pada toko klontong di Desa Ngembung yang masih dapat bertahan untuk memperoleh laba.

Tujuan utama dari toko klontong adalah untuk memperoleh laba optimal, karena adanya laba sebagai mata pencaharian pemilik toko klontong. Laba yang diperoleh pemilik toko klontong akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga pemilik toko klontong. Sama halnya dengan toko modern yang tujuan utamanya adalah mencari laba, yang dimana laba digunakan sebagai memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga pemilik toko, dan untuk membayar gaji karyawan. Berdasarkan hasil observasi peneliti, peneliti menemukan beberapa perbandingan karakteristik kondisi toko klontong Desa Ngembung dan Toko Modern di sekitar Desa Ngembung.

Menurut Utami (2014;8) dalam penentuan lokasi toko, pengelola toko sering memutuskan memilih lokasi yang sudah tersedia seperti rumah yang telah dimilikinya. Toko klontong adalah toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem penjualan eceran. Lokasi toko klontong berada di rumah pemilik toko klontong itu sendiri, tempatnya pun tidak begitu luas dan pembelinya terbatas. Pembeli atau konsumen dari toko klontong biasanya hanya dari tetangga sekitar saja. Peneliti juga mendapatkan bahwa udara di dalam ruangan toko klontong tidak sejuk sehingga membuat pembeli kegerahan dan tidak nyaman untuk belanja.

Utami (2014;270) menyatakan bahwa faktor - faktor yang dapat membangun pencitraan toko yaitu atribut yang relevan termasuk tingkat

kemodernan dan fasilitas toko. Berdasarkan pengamatan peneliti, fasilitas atau teknologi yang dimiliki toko klontong sangatlah terbatas hanya berdasarkan kebutuhan pemilik toko saja seperti kalkulator dan kantong plastik polos. Kalkulator sebagai alat bantu penjual pada saat menghitung belanjaan dari pembeli. Toko klontong masih menggunakan alat teknologi sederhana, karena bagi pemilik toko klontong penggunaan kalkulator saja sudah cukup membantu. Fasilitas yang diberikan toko klontong juga sederhana seperti kantong plastik polos untuk tempat belanja pembeli. Sehingga fasilitas dan teknologi yang ada di toko klontong masih kurang lengkap dan kuno.

Memperhatikan aspek aset dari sisi bangunan merupakan kunci sukses toko eceran, serta penciptaan suasana seperti pencahayaan untuk merancang respons pelanggan dalam membeli barang (Utami, 2014;279). Memanfaatkan lingkungan dalam kegiatan operasional toko klontong yaitu penggunaan listrik dan Bohlam. Pencahayaan yang ada di ruangan toko klontong Desa Ngembung terbatas dan tidak begitu terang karena hanya menggunakan satu sampai Dua bohlam saja. Apabila terjadi pemadaman listrik, toko klontong memberikan penerangan hanya dengan lilin yang dimana tujuannya adalah untuk menghemat biaya listrik agar tidak mengeluarkan dana yang terlalu besar.

Toko klontong memiliki suatu kebiasaan yang dimana tidak bisa diterapkan di toko modern, yaitu hutang. Sistem hutang yang ada di toko klontong dapat memperat hubungan antara penjual dan pembeli. Pembeli pada saat membeli barang terkadang membawa uang yang cukup hanya untuk membeli barang yang diinginkannya, akan tetapi ada juga pembeli yang membawa uang kurang dari total pembelanjaannya. Hal tersebut sering terjadi di toko klontong

Desa Ngembung. perbuatan pembeli tersebut yang menimbulkan sistem hutang pada toko klontong. Adanya hutang tersebut timbul rasa kepercayaan penjual kepada pembeli yang berhutang. Mayoritas pembeli di toko klontong adalah tetangga sendiri atau masyarakat sekitar Desa Ngembung maka penjual tidak ragu dan percaya untuk memberikan hutang kepada pembeli.

Kebiasaan lain yang dilakukan oleh toko klontong yang dapat menambah pendapatan yaitu uang kembalian yang di belanjakan kembali. Pada saat pembeli menerima uang kembalian dari penjual misalkan nominalnya hanya Rp100 atau bahkan penjual tidak mempunyai uang kembalian Rp100 maka penjual akan menawarkan untuk di tukar dengan penyedap rasa atau bahan dapur yang lainnya jika pembeli menginginkannya. Hal tersebut dapat menjalin hubungan dengan pelanggan yaitu tawar menawar dan adanya komunikasi dengan pelanggan.

Pelayanan juga menjadi faktor pertimbangan pembeli. Berdasarkan pengamatan peneliti, pelayanan yang diberikan toko klontong hanya sebatas melayani pembeli ingin membeli apa, lalu penjual mengambilkan barang yang diinginkan pembeli, setelah itu mentotal jumlah barang yang dibeli dan berakhir dengan kata *matur suwun* (terima kasih). Adapun saat penjual merasa capek, pelayanan yang diberikan tidak begitu menyenangkan, seperti cemberut dan tidak senyum kepada pembeli. Dilihat dari sisi penampilan, pelayan toko klontong menggunakan baju seadanya seperti daster, yang terkadang pakaian yang dipakai tidak layak untuk digunakan karena sobek, dan riasan wajah yang hanya memakai bedak bahkan tidak memakai *make up*. Hal tersebut menjadikan pembeli tidak nyaman belanja di toko klontong bahkan tidak ingin mengunjungi toko klontong itu lagi, karena penjual memberikan kesan yang buruk bagi pembelinya.

Perubahan gaya modern serta teknologi dan pelayanan yang bagus menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang (Utami, 2014;70). Berdasarkan pengamatan peneliti, pengunjung tidak mengunjungi toko klontong juga dapat disebabkan karena sifat “Gengsi”. Pengunjung merasa gengsi jika membeli kebutuhan di toko klontong karena anggapan masyarakat, toko klontong sudah tidak jamannya lagi, dan produk yang dijual tidak terjamin kualitasnya. Berbeda halnya dengan toko modern yang selalu memberikan pelayanan terbaik bagi pembeli, fasilitas yang disediakan memadai, dan produk dijamin kualitasnya.

Toko modern adalah toko yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang lebih lengkap dengan sistem penjualan eceran dan grosir, dan menggunakan teknologi modern dalam proses penjualannya. Menurut Utami (2014;10) toko modern memperhatikan lokasi toko, lokasi yang strategis merupakan faktor penting dalam bisnis. Lokasi toko modern berada di dekat jalan raya yang memiliki lahan luas dan strategis sehingga masyarakat lebih mudah menemukan toko modern. Toko modern lebih menarik pembeli, karena kebutuhan masyarakat yang lebih lengkap, pembeli pun menjadi nyaman dan puas dengan fasilitas yang disediakan di toko modern, seperti adanya AC membuat pengunjung lebih sejuk dan nyaman saat berbelanja. Lingkungan pada toko modern juga bersih dan penataan barang-barangnya rapi sehingga pembeli dengan mudah mengambil barang yang ingin di beli. Toko modern memberikan kemudahan bagi pembeli untuk membawa barang yang dibelinya dengan menyediakan keranjang belanja.

Menurut Saptarini, Apriani, dan Darmawan (2017) Toko modern merupakan toko yang sifatnya modern. Teknologi yang digunakan pada toko modern sudah mengikuti perkembangan jaman yaitu menggunakan mesin kasir. Toko modern menggunakan mesin kasir karena secara tidak langsung dapat membantu pembukuan keuangan dari toko modern. Penggunaan teknologi yang modern dapat memudahkan pekerjaan.

Toko modern pada umumnya menyewakan sebagian lahannya yang didepan untuk stand makanan. Stand-stand tersebut menjadi faktor pendukung Penjual makanan disekitar toko modern menjadi salah satu alasan pengunjung untuk mengunjungi toko modern. Pengunjung dapat membeli makanan di stand sekaligus dapat berbelanja di toko modern. Adapun fasilitas meja dan kursi yang telah disediakan pihak toko modern, dapat digunakan pengunjung untuk menikmati makanan secara langsung ditempat.

Penggunaan listrik dan Bohlam dalam kegiatan operasional toko modern. Pencahayaan yang ada di ruangan toko modern lebih baik dibandingkan dengan toko klontong, karena pada toko modern jumlah bohlam yang digunakan lebih banyak yaitu satu sampai Lima sehingga ruangan nampak terang. Begitu pun jika terjadi pemadaman listrik, toko modern mempunyai alternatif yaitu "Genset", sehingga lampu tetap menyala pada saat pemadaman listrik dan tidak mengganggu proses penjualan.

Toko modern memiliki kebiasaan yaitu uang kembalian yang dijadikan sebagai donasi. Uang kembalian sebesar Rp100 atau bahkan lebih akan diberikan untuk donasi, namun karyawan bagian kasir meminta persetujuan terlebih dahulu kepada pembeli untuk mendonasikannya. Hal tersebut menimbulkan hubungan

antara penjual dan pembeli yaitu tawar menawar dan adanya komunikasi dengan pelanggan.

Maksimalnya pelayanan yang diberikan toko modern kepada pembeli menjadi salah satu faktor pertimbangan pembeli untuk kembali mengunjungi toko. Menurut Lupiyoadi (2014) keberhasilan perusahaan dalam memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, dan peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Salah satu pelayanan yang diberikan toko modern yaitu, sapaan pelayan dengan wajah yang ceria dan senyum kepada pengunjung yang baru masuk kedalam ruangan. Dengan sapaan pembeli merasa lebih dihargai, dan timbulnya kepuasan.

Utami (2014;70) menjelaskan bahwa dengan adanya perubahan gaya modern, teknologi serta pelayanan yang bagus menjadi preferensi konsumen untuk membeli barang. Pembeli saat membeli barang di toko modern tidak merasa “gensis” dikarenakan belanja di toko modern merupakan tren saat ini, dan belanja di toko modern memberikan pelayanan yang bagus dan tempat yang bersih. Selain itu berdasarkan pengamatan peneliti, toko modern saat ini menggunakan teknologi modern serta sering memberikan diskon sehingga pembeli merasa nyaman belanja di toko modern.

**Tabel 1.1**  
**Karakteristik Toko Klontong dan Toko Modern**

<b>Keterangan</b>	<b>Toko Klontong</b>	<b>Toko Modern</b>
<b>Lokasi</b>	Rumah pemilik toko, lahan tidak luas	Pinggir jalan raya, lahan luas
<b>Lingkungan</b>	Udara tidak sejuk	Udara sejuk
<b>Fasilitas dan teknologi</b>	Fasilitas terbatas, kantong kresek, teknologi yang digunakan kalkulator,	Tersedia keranjang belanja, teknologi mesin kasir
<b>Penggunaan listrik</b>	Penerangan minimalis, lilin saat mati lampu	Penerangan maksimal, genset saat mati lampu
<b>Kebiasaan</b>	1. Sistem hutang : Rasa Percaya 2. uang kembalian yang di belanjakan kembali : adanya tawar menawar dan komunikasi.	uang kembalian yang dijadikan sebagai donasi : tawar menawar untuk donasi dan adanya komunikasi dengan pelanggan
<b>Pelayanan</b>	Tidak menyenangkan, penampilan pedagang seadanya	Ramah, senyum, penampilan pelayan menarik
<b>Sifat pengunjung</b>	Gengsi	Tidak Gengsi

*Sumber : Diolah Peneliti, 2019*

Menurut Saleh dan Sukaris (2018) Usaha yang dapat bertahan lama dan berkelanjutan adalah usaha yang dapat memperhatikan kebutuhan masyarakat atau pembeli dan lingkungan sekitar. Suatu usaha yang baik bukan hanya mengejar keuntungan saja, akan tetapi usaha tersebut perlu memperhatikan lingkungan dan peduli terhadap masyarakat atau pembeli. Hal tersebut merupakan penjelasan dari konsep keberlanjutan *Triple Bottom line*. *Profit* memang menjadi tujuan utama dari suatu bisnis, namun tindakan nyata dari pemilik usaha juga menjadi hal yang penting. Menurut Yusuf Wibisono (2007) selain mengejar keuntungan (*profit*), suatu usaha harus memperhatikan hubungan dengan pelanggan (*People*) dan harus

berkontribusi dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan (*Planet*). Berdasarkan konsep keberlanjutan *Triple Bottom Lines* (3P : *Profit, Planet, People*) toko klontong untuk memperoleh *profit optimal* dalam menghadapi toko modern perlu melakukan strategi yang tepat dan memperhatikan unsur *planet* (Lingkungan) dan *people* (Pelayanan).

Mengenai permasalahan yang sudah dipaparkan maka *research gap* yang terjadi adalah berdasarkan keterbatasan kondisi karakteristik toko klontong dibandingkan dengan toko modern, penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terjadinya penurunan signifikan dari adanya keberadaan toko modern, namun bertolak belakang dengan kondisi toko klontong di desa Ngembung yang masih bertahan untuk memperoleh laba optimal.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka judul penelitian ini yaitu **“Strategi Toko Klontong untuk Memperoleh Laba dalam Perspektif Lingkungan dan Pelayanan (Studi pada Toko Klontong Desa Ngembung – Cerme - Gresik).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana toko klontong dapat memperoleh laba yang optimal dengan memperhatikan lingkungan (*Planet*)?
2. Bagaimana toko klontong dapat memperoleh laba yang optimal dengan memperhatikan pelayanan terhadap pembeli (*People*)?
3. Bagaimana pedagang toko klontong di Desa Ngembung memaksimalkan laba (*Profit*) yang didapatkan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi toko klontong dapat memperoleh laba yang optimal dengan memperhatikan lingkungan (*Planet*)
2. Mengidentifikasi toko klontong dapat memperoleh laba yang optimal dengan memperhatikan pelayanan terhadap pembeli(*People*).
3. Mengidentifikasi makna laba (*Profit*) bagi pedagang toko klontong di Desa Ngembung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti berharap penelitian ini bermanfaat untuk beberapa hal berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk topik penelitian yang terkait. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dari proses kajian strategi toko klontong untuk mencapai laba dalam menghadapi toko modern.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan bagi pelaku usaha dalam menentukan strategi yang harus dilakukan untuk mencapai laba.