

*Factors Affecting Grocery Store Sales in Sukarame Subdistrict of Bandar Lampung*

**Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Toko Kelontong di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung**

**Destia Pentiana<sup>1)</sup> dan Evi Yuniarti<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup> Staf pengajar pada Program Studi Akuntansi Perpajakan Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Politeknik Negeri Lampung

<sup>2)</sup> Staf pengajar pada Program Studi Akuntansi Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Politeknik Negeri Lampung

E-mail: [destiapentiana@polinela.ac.id](mailto:destiapentiana@polinela.ac.id)

**Abstract**

*The purpose of this research was to determine the factors that influence the level of sales “toko kelontong” on Sukarame Bandar Lampung. Methods of data collection was done by a list of questions (questionnaire), interviews, observation, documentation. And using a sampling technique that uses accidental sampling technique for sampling in 40 respondents. The results showed factors affecting sales are price factor, product quality, competition.*

**Keywords:** Sales, price, product quality.

**Pendahuluan**

Ritel merupakan sektor industri yang sangat populer dan sudah mendominasi kehidupan masyarakat Indonesia sejak dahulu. Ditandai dengan tersebarnya warung dan toko kelontong di hampir tiap daerah, mulai dari pelosok hingga kota besar. Industri ini tumbuh dan berkembang sedemikian cepat seiring dengan pertambahan laju penduduk. Industri ini juga semakin populer sejak masuknya ritel modern di Indonesia seperti Indomart, serta yang paling fenomenal ketika ritel asing asal Perancis, Carrefour, masuk ke Indonesia dengan ekspansi usahanya yang cukup mengundang kontroversi. Data AC Nielsen tahun 2008 (dalam Iffah dkk, 2011) diketahui bahwa pertumbuhan ritel modern setiap

tahunnya mencatat kisaran angka 10% - 30% di Indonesia.

Data BPS per Agustus 2011 menunjukkan bahwa sektor ritel modern mampu menyerap 23,4 juta tenaga kerja. Angka ini menempati posisi kedua setelah sektor pertanian yang menampung 39,3 juta tenaga kerja usia di atas 15 tahun. Ritel sendiri sebenarnya mata rantai dalam proses distribusi barang dan menjadi mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunaannya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang

dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok.

Dalam keseimbangan ekonomi (*economic equilibrium*). Ketika terjadi persaingan tinggi sedangkan konsumen bersifat tetap maka akan ada pihak yang tersingkir. Secara faktual, ritel modern seperti hipermarket, supermarket dan minimarket dapat menjadi ancaman serius bagi keberadaan retail tradisional seperti toko kelontong, warung, dan pasar tradisional. Potensi pertumbuhan industri retail di Bandar Lampung sendiri khususnya di Kecamatan Sukarame sangat tinggi. Berdasarkan data Bappeda Kota Bandar Lampung 2012, luas wilayah Kecamatan Sukarame sekitar 1,687 Hektar, dengan jumlah penduduk 70,781 jiwa merupakan sasaran strategis bagi perkembangan industri retail.

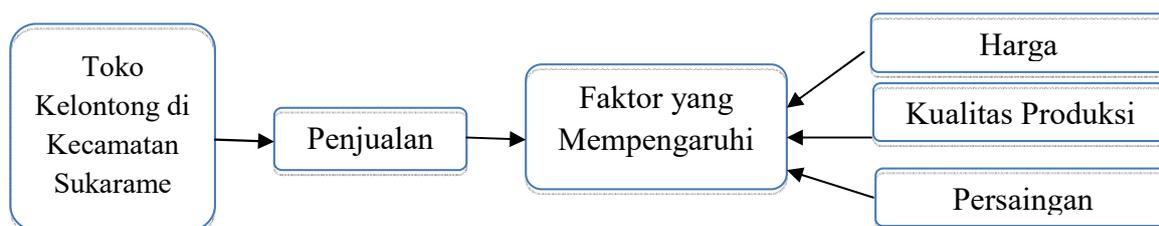
Toko Kelontong di Kecamatan Sukarame mengalami perkembangan yang statis baik dari segi jumlah maupun omzet. Catatan Koperindag menunjukkan tahun 2012 terdapat 34 toko kelontong yang tersebar di sekitar JL Endro Suratmin, yaitu jalan utama Kecamatan Sukarame. Kehadiran enam retail

modern seperti Alfamart, Indomart, Chamart dan lain-lain dengan jarak kurang lebih 500 m di sekitar jalan utama ini, secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak negatif terhadap perkembangan usaha toko kelontong. Terlebih didukung data prasurvei yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hampir 80 persen toko kelontong tersebut menjadi sumber utama penghasilan keluarga.

Kehadiran minimarket modern telah menuntut toko kelontong untuk dapat meningkatkan pelayanan dan membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat, untuk lebih memilih berbelanja di minimarket daripada berbelanja di toko. Sutikno (2009) dalam penelitiannya menyatakan preferensi konsumen terhadap pasar tradisional dan pasar modern dikategorikan pada preferensi konsumen terhadap kelengkapan barang, kepastian harga, kualitas barang, kesopanan pedagang, keramahan pedagang, kesigapan pedagang, keamanan pasar, kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kenyamanan pasar

Berdasarkan rumusan masalah di atas kerangka pemikiran penelitian

yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor yang mempengaruhi penjualan toko kelontong ditengah gempuran toko ritel.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah toko kelontong di kota Bandar Lampung. Purposive sampling dilakukan untuk menentukan sample penelitian, kuesioner disebar ke 35 toko kelontong di kecamatan Sukarame Bandar Lampung.

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis dan Sumber Data**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, dimana menurut Umar (2002) riset dengan metode studi kasus menghendaki suatu kajian yang rinci, mendalam, menyeluruh atas objek tertentu yang biasanya relative kecil selama kurun waktu tertentu, termasuk lingkungannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang dijadikan sumbernya. Untuk memperoleh data primer diperoleh melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada responden dan observasi terhadap transaksi keuangan usaha dari sampel yang diuji/disampling.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah:

- a. Interview, yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan pemilik toko kelontong berupa daftar untuk mengumpulkan data

primer.

- b. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan Erpendi (2012) yang melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan TBS (Tandan Buah Segar) pada KUD di Kabupaten Rokan Hilir.
- c. Observasi yaitu teknik mengumpulkan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap aktivitas pelaku usaha toko kelontong di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung.
- d. Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil dari data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Atau mengambil gambar atau foto tempat penelitian dilakukan.

#### **Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif, yaitu analisis data dengan cara merumuskan dan menguraikan serta menginterpretasikan berdasarkan teori yang erat hubungannya dengan masalah yang terdapat. Selanjutnya hasil analisa tersebut, kemudian diambil beberapa kesimpulan serta diakhiri dengan mengemukakan beberapa saran yang dianggap perlu.

## Hasil Dan Pembahasan

### Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur dan tingkat pekerjaan. Dilihat dari jenis kelamin responden diketahui bahwa dari 35 responden, Dalam penelitian ini terdiri dari responden wanita

sebanyak 28 orang (80%), dan responden pria sebanyak 7 orang (20%) dan hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita. Perincian sebaran jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Wanita	28	80
Pria	7	20

### Karakteristik Responden Menurut Umur

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat terlihat jelas bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dapat dikatakan usia yang produktif. Responden yang berusia dibawah 30 sampai dengan 40 tahun berjumlah 18 orang (50%), usia antara

20 sampai dengan 30 tahun sebanyak 10 orang (28,57%), dan usia diatas 40 sebanyak 7 orang (21,43%). Dari penjelasan diatas bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini umumnya masih produktif. Perincian umur dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut Umur

Umur responden (Tahun)	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
20 s/d 30 tahun	10	28.57
30 s/d 40 tahun	18	50.00
40 s/d 50 tahun	7	21.43

### Deskripsi Variabel Penelitian

#### Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh:

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
	SS	S	RG	TS	STS	
Penjualan pada toko kelontong dipengaruhi oleh harga	10	14	8	2	1	35
Penjualan pada toko kelontong dipengaruhi oleh kualitas barang	9	16	9	0	1	35
Penjualan pada toko kelontong dipengaruhi oleh persaingan dengan ritel modern	5	14	9	5	2	35
Penjualan pada toko kelontong cenderung menurun	7	15	4	5	4	35
Jumlah	31	59	30	12	8	140
Persentase	22.14	42.4	21.42	8.5	5.7	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa lebih dari 87% responden sangat setuju dan setuju bahwa penjualan dipengaruhi oleh harga, kualitas, dan persaingan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa para pemilik toko kelontong memahami bahwa

### Harga

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh:

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
	SS	S	RG	TS	STS	
Toko kelontong menetapkan harga berdasarkan harga pasar	10	20	3	2	0	35
Toko kelontong menetapkan harga jual berdasarkan kualitas	5	14	10	5	1	35
Toko kelontong menetapkan harga jual sesuai dengan kepuasan konsumen	8	15	7	3	2	35
Toko kelontong menetapkan harga yang bersaing dengan ritel modern	7	17	6	4	1	35
Jumlah	30	66	26	14	4	140
Persentase	21.42	47.14	18.57	10	2.85	100

untuk dapat bersaing dengan toko ritel yang terus berkembang toko kelontong harus unggul dari sisi harga yang terjangkau serta dari kualitas produk yang dijual kepada konsumen.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa lebih dari 68% responden sangat setuju dan setuju bahwa toko kelontong menetapkan

harga berdasarkan harga pasar, kualitas, kepuasan konsumen serta dapat bersaing dengan ritel modern.

### Kualitas Produksi

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh:

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
	SS	S	RG	TS	STS	
Produk di Toko kelontong berkualitas tinggi	11	17	3	2	2	35
Kualitas produk di Toko kelontong sesuai dengan harganya	4	14	9	5	3	35
Kualitas produk di Toko kelontong sesuai dengan pemeliharaannya	10	18	3	2	2	35
Kualitas produk di Toko kelontong memenuhi standar yang ditetapkan	6	13	12	3	1	35
Jumlah	31	62	27	12	8	140
Persentase	22.14	44.28	19.28	8.57	5.71	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa lebih dari 66% responden sangat setuju dan setuju bahwa produk di toko kelontong

berkualitas tinggi, sesuai dengan harga dan pemeliharaan serta memenuhi standar yang ditetapkan.

## Persaingan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh:

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
	SS	S	RG	TS	STS	
Toko kelontong mampu bersaing dengan ritel modern	11	17	3	2	2	35
Toko kelontong memiliki strategi untuk bersaing dengan ritel modern	9	13	8	4	1	35
Toko kelontong menerapkan persaingan yang sehat	9	16	8	1	1	35
Toko kelontong memiliki kebijakan pemasaran dalam persaingan	4	13	10	6	2	35
Jumlah	33	59	29	13	6	140
Persentase	23.57	42.14	20.71	9.28	4.28	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa lebih dari 65% responden sangat setuju dan setuju bahwa toko kelontong mampu bersaing dengan ritel modern, serta memiliki strategi bersaing serta menerapkan persaingan

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor yang mempengaruhi penjualan adalah faktor harga, kualitas produk, persaingan. Untuk dapat meningkatkan penjualan dan menghidupkan kembali usaha toko kelontong ditengah gempuran ritel

yang sehat, selain itu toko kelontong juga memiliki kebijakan pemasaran dalam persaingan salah satu contohnya adalah dengan memberikan *delivery service* kepada konsumennya.

modern para pelaku usaha toko kelontong diharapkan dapat memperhatikan faktor harga yang dapat bersaing, kualitas produk serta strategi bersaing dengan ritel modern salah satunya dengan perbaikan manajemen usaha dan perbaikan *costumer service*.

## Referensi

- Bahri, Syaiful & Zain, Aswan . 2010. Strategi Belajar Mengajar. Jakarta : Rineka Cipta. Jurnal Tata Kota Dan Daerah Volume 3, Nomor 1, Juli 2011.
- Erpendi. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Tbs (Tandan Buah Segar) Pada Kud Anugerah Di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri<sup>[1]</sup>Sultan Syarif Kasim Riau<sup>[2]</sup>Pekanbaru.
- Sugiyanto. 2009. Model-model Pembelajaran Inovatif. Surakarta : Mata Padi Presindo
- Sutikno, Fauzul Rizal. 2009. Pergerakan Penduduk terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Malang. Prosiding Seminar Nasional Identitas Kota-kota Masa Depan di Indonesia. Bali
- Iffah, Melita Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Saripengaruh. 2011. Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Wasak, Martha. 2012. Keadaan Sosial-Ekonomi Masyarakat Nelayan di Desa Kinabuhutan Kecamatan Likupang Barat

Kabupaten Minahasa Utara Sulawesi  
Utara. Pacific journal. Januari 2012 Vol.  
1 (7).

Kalianda Lampung Selatan. Jurnal  
Pengabdian pada Masyarakat Tahun IV.  
No. 1 Maret 2011.

Yuniarti, Evi. 2011. Pembinaan Akuntansi  
Koperasi pada KPRI Bhakti Husada