

ANALISIS LAYANAN RITEL KONVENSIONAL DALAM MENGHADAPI PPKM DIMASA PANDEMI COVID 19

Dikdik Purwadisastra, Elan Rusnendar

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia

Email : dikdiknurtanio@unibi.ac.id, elanrusnendar@unibi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana tanggapan responden mengenai toko ritel konvensional selama masa pandemi Covid 19 terutama setelah PPKM Darurat serta PPKM level satu sampai empat, metode yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif dengan pendekatan deskriptif populasi dalam penelitian ini tak terbatas karena daring yang sedang tinggal Indonesia yang sedang mengunjungi toko ritel konvensional sementara teknik samplingnya dengan accidental sampling diketahui ada 100 responden, hasil yang di dapat mayoritas responden sudah jarang berbelanja di toko ritel konvensional karena beberapa faktor antara lain keamanan yang tidak terjamin terutama masih dimasa pandemic covid 19, kenyamanan juga yang masih belum nyaman dan tentunya variasi produk yang masih kalah dengan *marketplace* atau ritel online. Sokusnya ritel konvensional harus terus memperbaiki sistem layanan misalkan melayani antar jemput barang konsumen dengan pemesanan lewat media sosial dengan gratis ongkos kirim untuk radius kilo meter terbatas, serta menambah variasi barang yang masih dinilai terbatas oleh konsumen

Kata Kunci : Ritel Konvensional, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat

Abstract

This study aims to see how respondents respond to conventional retail stores during the Covid 19 pandemic, especially after Emergency PPKM and PPKM levels one to four, the method used in this study is qualitative with a descriptive approach to population in this study is not limited because people living in Indonesia who are visiting conventional retail stores while the sampling technique is accidental sampling, it is known that there are 100 respondents, the results obtained are that the majority of respondents rarely shop at conventional retail stores due to several factors, including security that is not guaranteed, especially during the covid 19 pandemic, comfort is also still lacking. not comfortable and of course the variety of products that are still inferior to the marketplace or online retail. The solution is that conventional retailers must continue to improve the service system, for example serving pick-up and delivery of consumer goods by ordering via social media with free shipping for a limited kilometer radius, as well as adding a variety of goods that are still considered limited by consumers.

Keywords: *Conventional Retail, Enforcement of Restrictions on Community Activities*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan penambahan pasien covid 19 yang semakin massif Pemerintah pada tanggal 3 Juli mengeluarkan kebijakan PPKM Darurat dimana di situ ada pengetatan di berbagai Sektor , hanya sektor kritical dan essensial saja yang boleh beroperasi, sektor ritel yang terdampak dalam PPKM Darurat tersebut

dimana untuk ritel yang menjual kebutuhan pokok jam beroperasinya dibatasi sementara untuk ritel yang bukan essensial tidak boleh beroperasi yang mengakibatkan membuat kondisi ritel tersebut semakin terpuruk.

Pada Bulan September sudah di mulai pelanggaran PPKM dari Pemerintah dimana sektor non kritikal dan non essensial sudah mulai boleh di buka dengan pembatasan sesuai dengan protokol kesehatan, termasuk di industri ritel dimana persyaratan masuk mall harus sudah di vaksin dan di downloadnya aplikasi Pedulilindungi tentu saja dengan kebijakan tersebut semakin memberatkan sektor industri ritel dimana sebelum pandemic saja ritel sudah mulai tersaingi oleh ritel online/*marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada yang membuat industri ritel konvensional ketar ketir.

Berdasarkan informasi ada 2040 toko ritel yang terpaksa tutup selama PPKM Darurat dan level 4 dan 3 (Liputan6.com), padahal setelah PPKM darurat ritel sudah boleh mulai beroperasi kembali hal tersebut menandakan bahwa masyarakat masih merasa belum nyaman dan man berbelanja di toko ritel konvensional dan beralih ke ritel online, dari hasil wawancara penulis sebagai sampel kepada beberapa konsumen ritel diketahui bahwa mayoritas telah beralih dari toko ritel konvensional ke toko ritel online, sebagai contoh Dian Andriawan asal Sukabumi yang berhasil penulis mewawancarai

2. KAJIAN PUSTAKA

Definisi ritel menurut Kotler dalam Tri Joko Utomo (2009) Ritel adalah Kegiatan penjualan baik barang maupun jasa dimana produk tersebut di jual kepada konsumen akhir untuk di konsumsi atau di gunakan bukan untuk di jual kembali.

Menurut Sopiah dan Sangadji (2016) Klasifikasi bisnis ritel terdiri dari

1. Ritel Tradisional

Perancangan barangnya masih manual pengelolaan barang masih sederhana dan pengelolaan keuangan belum tercatat rapi, ritel tradisional biasanya berada di perkampungan/desa atau pinggir kota, walaupun sekarang ini pada kenyatannya di daerah perkampungan dan pinggir kota sudah mulai sudah ada ritel modern berbentuk minimarket.

2. Ritel Modern

menyatakan saya beralih untuk berbelanja ke ritel online karena variasi barang lebih banyak dari ritel konvensional begitupun Dini Andriani menyatakan ritel online atau yang biasa disebut *marketplace* telah mengubah kebiasaan yang biasanya berbelanja ke toko ritel konvensional tetapi karena pandemik beralih ke ritel online.

Ritel konvensional perlu melakukan inovasi dalam pelayanan dengan melakukan perbaikan sistem dengan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja diantaranya dengan suasana tempat yang nyaman, menyediakan jasa pengantaran gratis ongkos kirim dengan jumlah belanja tertentu dan radius km terbatas, menyediakan lini produk yang cukup besar dan menarik bagi konsumen tentunya dengan perbaikan layanan tersebut diharapkan dapat menarik konsumen untuk berbelanja kembali pada ritel konvensional.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengambil judul artikel ini adalah “ Analisa strategi ritel konvensional dalam menghadap PPKM dimasa pandemic Covid 19”

Ritel modern biasanya di daerah perkotaan, diminati oleh orang yang berstatus sosial menengah keatas, pengelolaan tokonyan sudah tertata rapih dengan

menciptakan store atmospere yang nyaman, pengelolaan barang tertata rapih, pengelolaan uang sangat ketat dan modern dengan sistem yang tidak mudah untuk dimanipulasi oleh anak buah.

Ritel modern biasanya berbentuk Department Store, Minimarket, Swalayan, Supermarket, Hypermarket

PPKM merupakan kepanjangan dari Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. (<https://news.detik.com/berita/d-5756510/apa-arti-dari-ppkm-pengertian-dan-kabar-terbaru>) PPKM diterapkan oleh Pemerintah untuk mengurangi penyebaran covid 19 di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah deskriptif, metode deskriptif adalah Menurut Nazir (1988: 63) dalam “Buku Contoh Metode Penelitian”, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan sampel yang di gunakan adalah accidental sampling berjumlah 100 orang.

akurat mengenai fakta-fakta, sifat sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Populasi pada penelitian ini berjumlah tak terbatas yaitu pengunjung ritel konvensional seluruh Indonesia, sementara

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya kebijakan PPKM Darurat, level 4-1 membuat ritel konvensional terdampak dan banyak yang tutup, maka dari itu penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100

orang pengunjung ritel konvensional di Indonesia, berikut ini hasil penelitian penulis yang tersaji secara deskriptif dalam nilai persentase:

Tabel 1
Tanggapan Responden Mengenai Layanan Ritel Selama Pandemi

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya merasa aman belanja ke pusat perbelanjaan modern pada saat pandemi		20%	30%	50%	
2	saya merasa nyaman berbelanja ke mall pada saat PPKM Level 2,3 dan 4		30%		50%	20%
3	<i>Store Atmosphere</i> tidak mempengaruhi saya dalam berbelanja karena lebih melihat kondisi pandemi		60%	30%		10%
4	Barang yang di jual di ritel konvensional pilihan barangnya/variasinya kalah dari ritel online/marketplace	30%	70%			
5	saya lebih senang berbelanja ke ritel konvensional di banding ritel online karena bisa bersosialisasi		30%	10%	40%	20%
6	Kondisi daerah saya tidak memungkinkan untuk belanja secara		20%		50%	10%

	konvensional karena kondisi pandemi					
--	-------------------------------------	--	--	--	--	--

Sumber : Data Olah Penulis (2021)

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan diketahui bahwa mayoritas responden dari berbagai status sosial dan berbagai gender usia lebih memilih untuk berbelanja di ritel online disbanding dengan ritel konvensional dengan berbagai macam alasan antara lain faktor keamanan untuk kesehatan dalam berbelanja di

mall menjadi pertimbangan bagi konsumen, *store atmosphere* sudah tidak berpengaruh lagi bagi konsumen karena beberapa faktor mungkin konsumen sudah terbiasa berbelanja di *marketplace* yang menawarkan dengan banyak variasi barang sementara ritel konvensional variasinya masih terbatas.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis diketahui bahwa mayoritas responden sudah mulai beralih berbelanja ke *marketplace* atau ritel online hal tersebut karena kebiasaan selama pandemi, di tambah lagi situasi PPKM mulai dari PPKM darurat di mana mall di tutup dan setelah masuk dengan Level 1-4 di buka dengan persyaratan vaksinasi.

beberapa butir pernyataan mayoritas responden merasa kurang aman berbelanja selama pandemi, tentunya solusinya di sini toko ritel harus menciptakan keamanan dengan protokol kesehatan yang sesuai , dimana jangan ada kelonggaran untuk masuk misalkan aplikasi

pedulilindunginya dilonggarkan itu membuat ketidakpercayaan dari konsumen, kenyamanan juga perlu ditingkatkan dengan tidak hanya *store atmosphere* nya juga yang diperhatikan tetapi faktor lainnya seperti pelayanan antar barang kepada konsumen, atau pesan antar via media sosial seperti bisnis online. Tanggapan responden mengenai variasi mengenai variasi barang di toko ritel konvensional juga kalah bersaing dengan *marketplace* solusinya perlu menambah lini produk supaya konsumen semakin terpuaskan dengan penambahan variasi barang tersebut.

6. REFERENSI

Tri Joko Utomo, 2009 “Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran”, Fokus Ekonomi, .
 Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, 2016, “Salesmanship (Kepenjualan)” Jakarta Bumi Aksara

Nazir, 1988, Metodologi Penelitian, Ghalia
 Sugiono 2005, Memahami Penelitian Kuantitatif, Bandung, Alfabeta
 Detik.com dilansir pada 3 Agustus 2021