

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang lengkap ajarannya, Islam tidak hanya mengatur hubungan antar manusia dengan khaliknya, tetapi Islam juga mengatur hubungan antara manusia dengan sesama manusia itu sendiri. Aspek hubungan manusia dengan khaliknya disebut ibadah, dan hubungan manusia dengan sesama manusia dinamakan dengan muamalat.

Muamalat secara bahasa berarti saling bertindak, saling berbuat, dan saling mengamalkan dan dalam pengertian secara luas muamalat adalah aturan-aturan (hukum) Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial.¹ Cakupan muamalat meliputi seluruh aspek kehidupan manusia di dunia, meliputi persoalan bisnis, keluarga, politik dan kenegaraan, perdata maupun pidana.²

Manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan keberadaan orang lain untuk berinteraksi kepada yang lain, supaya mereka bertolong-menolong, tukar menukar keperluan, dalam segala urusan kepentingan hidup masing-masing, baik dengan jual beli, sewa menyewa, bercocok tanam, atau bisnis yang lain, baik dalam urusan diri sendiri maupun untuk kemaslahatan umum. Nilai sebuah kesejahteraan manusia tidak terlepas dengan hubungan muamalat, yang salah

¹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 1-2

²Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah : Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), hlm 3.

satunya berkenaan dengan perilaku berbisnis. Sebab bisnis memiliki peranan penting dalam rangka manusia untuk meningkatkan perekonomian baik secara individu, masyarakat ataupun Negara yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya.

Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya.³ Kegiatan bisnis sangat membantu usaha-usaha pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh perusahaan. Bisnis meliputi semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang-barang melalui saluran produktif, dari membeli bahan mentah sampai menjual barang jadi.⁴ Allah berfirman dalam Q.S. an-Nisa/4:29 yang membahas tentang bisnis :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁵

Apa yang ada di dunia ini selalu mengalami perubahan dan perkembangan, begitu juga dengan teknologi, ilmu pengetahuan yang menuntut masyarakat Islam untuk selalu mengikuti dan mengisinya dengan sendi-sendi Islam. Pembaruan atau

³Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta : Kencana, 2003), hlm. 5.

⁴Basu dan Ibnu, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, (Yogyakarta :Liberty, 1988), hlm. 11.

⁵ Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim* (Jakarta : Halim Publishing & Distributing, 2013), hlm. 83.

modernisme mulai berkembang secara pesat di dunia Islam semenjak abad ke-20 M. Dalam jangka waktu yang sangat dekat, periode paska kemerdekaan telah menghasilkan perubahan-perubahan besar, khususnya dalam bidang teknologi dan ekonomi.

Program pembangunan pada umumnya lebih ditujukan sebagai pembangunan dan pengembangan (*ekspansi*) ekonomi dan alih teknologi. Ini merupakan sumber berkembangnya gejala perubahan sosial yang baru. Globalisasi zaman dalam wujud interaksi sosial budaya antar bangsa-bangsa semakin mempercepat laju perubahan sosial. Di Negara-negara Islam, termasuk di Indonesia, perubahan sosial-budaya akibat pembangunan selain menimbulkan kesenjangan antara nilai lama dengan nilai baru juga memunculkan persoalan bagi hukum Islam (*fiqih*).

Perubahan sosial tersebut dapat diilustrasikan dengan perubahan desa menjadi kota, perubahan masyarakat ekonomi agraris menjadi ekonomi industri dan perdagangan, perubahan pola kehidupan gotong royong menjadi kehidupan individualis, dan lain sebagainya. Perubahan-perubahan ini tentunya memengaruhi cara pandang (sikap dan mental) dan perilaku masyarakat terhadap “harta” dan “teknis bertransaksi”.⁶

Sebagai salah satu contoh dari perubahan ini dalam dunia bisnis yaitu seperti perubahan dari tradisional menuju modern. Salah satunya adalah banyak bermunculan bisnis ritel modern. Ritel berasal dari bahasa Prancis yaitu *Retailier* yang berarti memotong atau memecah suatu kuantitas dalam skala besar ke dalam

⁶Mas’adi Ghufron A., *Fiqih Muamalah Kontekstual* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 8-9.

kuantitas dengan skala yang lebih kecil.⁷ *Ritel* atau yang disebut juga eceran adalah suatu kegiatan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk kepentingan sendiri, keluarga ataupun rumah tangga.

Pada saat ini ritel telah mengalami perubahan, yaitu terjadi peralihan dari konsep toko-toko lokal yang independen atau toko-toko di jalan utama menjadi situasi toko berskala nasional dan internasional dalam bentuk pusat-pusat perbelanjaan yang modern, supermarket, pasar swalayan, toko serba ada dan sebagainya.⁸ Kecuali bisnis informasi teknologi, hampir tidak ada bisnis lain yang memiliki pergerakan yang begitu cepat seperti ritel. Produk/merek baru bermunculan setiap harinya, jumlah gerai berkembang dengan pesatnya, format bisnis juga semakin beragam dan tersegmentasi. Fenomena ini terjadi di seluruh belahan dunia dengan Amerika dan Eropa sebagai *trend-setter*. Indonesia pun tidak luput dari angin perubahan ritel global, baik secara positif maupun negatif.⁹

Pergeseran pola perilaku belanja pelanggan yang terdeteksi dari sejumlah studi yang dilakukan menunjukkan bahwa aktivitas belanja pelanggan tidak hanya dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan akan barang-barang keperluan hidup, namun lebih mengarah pada terpenuhinya kebutuhan untuk berekreasi dan berelasi. Kondisi inilah yang mendorong bisnis ritel tradisional mulai harus peka

⁷Michael Adiwijaya, *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, (Jakarta :PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 3.

⁸Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel, Teori, Praktik, dan Kasus Ritel* (Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2015), hlm 1.

⁹Asep ST Sujana, *Manajemen Minimarket*, (Jakarta ; Penebar Swadaya Grup, 2012), hlm 19.

menanggapi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi (*un met need*) jika mereka ingin tetap bertahan hidup dalam lingkungan persaingan bisnis ritel yang semakin tajam.¹⁰ Pelanggan sangat memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan nilai tambah terhadap kenyamanan mereka dalam melakukan aktivitas belanja. Paradigma ritel modern merupakan pandangan yang menekankan pengelolaan ritel dengan menggunakan pendekatan modern di mana konsep pengelolaan peritel lebih ditekankan dari sisi pandang pemenuhan kebutuhan konsumen yang menjadi pasar sasarannya.¹¹

Bisnis ritel modern sendiri merupakan pengembangan dari ritel tradisional, secara umum adalah kegiatan usaha menjual aneka barang atau jasa untuk konsumsi langsung atau tidak langsung yang merupakan bagian terakhir dari proses distribusi suatu barang atau jasa dan bersentuhan langsung dengan konsumen. Bisnis ritel modern menawarkan tempat yang luas, dan kenyamanan berbelanja, tidak ada sistem tawar-menawar, harga jual sudah tetap (*fixed price*) dan adanya sistem swalayan/pelayanan mandiri.

Besarnya peluang bisnis ritel modern di Indonesia memicu banyaknya perusahaan ritel asing masuk. Dalam periode enam tahun terakhir, dari tahun 2007-2012, jumlah gerai ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Pada tahun 2007, jumlah usaha ritel di Indonesia masih sebanyak 10.365 gerai, kemudian pada tahun 2011 mencapai 18.152 gerai tersebar hampir seluruh kota di Indonesia. Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 237

¹⁰Danang Suntoyo, *op. cit.*, hlm 2.

¹¹Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Ed 2* (Jakarta : Salemba Empat, 2010), hlm. 10.

juta jiwa dengan total konsumsi sekitar Rp3.600,00-an triliun merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel modern. Ini didukung oleh perilaku berbelanja penduduk Indonesia yang sudah mulai bergeser, dari berbelanja di pasar tradisional menuju ritel modern. Dengan dibukanya pintu masuk bagi para peritel asing sebagaimana Keputusan Presiden No.118/2000 yang telah mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi penanam modal asing (PMA), sejak saat itu ritel asing mulai marak masuk ke Indonesia.¹²

Di Kalimantan Selatan, bisnis ritel modern ini sudah banyak membuka cabang, kebanyakan masyarakat lebih memilih berbelanja di ritel modern karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Meskipun begitu tidak sedikit juga masyarakat yang lebih memilih berbelanja di ritel tradisional. Di Kota Banjarmasin sebagai Ibu Kota Provinsi hingga kini tercatat 126 ritel atau pasar modern yang beroperasi di kota ini . Dari jumlah itu terbagi 48 Indomaret, 60 Alfamart, 11 Foodmart, dan sisanya ritel lokal. Mereka menjadi alternatif dalam berbelanja guna memenuhi kebutuhan keperluan sehari-hari.¹³

Bisnis ritel modern ini sudah hampir ada di seluruh daerah di Kalimantan selatan. Akan tetapi bisnis ritel modern asing (seperti Alfamart, Indomaret, Hypermart) belum bisa masuk ke beberapa daerah di Kalimantan Selatan. Hal ini disebabkan belum adanya izin untuk membuka bisnis ritel modern asing dari pemerintah setempat. Misalnya pada Kota Amuntai Ibu Kota Kabupaten Hulu Sungai Utara yang terletak di pertemuan antara sungai Nagara, sungai Tabalong,

¹²*Brand Switching Analysis dalam Industri Ritel Modern* (Marketing co.id, 2013), <http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/>(20 February 2017).

¹³Banjarmasin Post, *126 Ritel Modern Kepung Banjarmasin, Pasar Tradisional Kian Terhimpit* (Banjarmasin,2016 12), <http://banjarmasin.tribunnews.com/2016/06/07/126-ritel-modern-kepung-banjarmasin-pasar-tradisional-kian-terhimpit>, (20 Februari 2017).

dan sungai Balangan dan berjarak 190 km di sebelah utara Kota Banjarmasin, ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan. Belum terdapat bisnis ritel modern asing, ritel modern lokal pun hanya berjumlah 7 buah yang ada di Kota Amuntai tersebut. Keberadaannya pun sangat kurang diminati oleh masyarakat setempat. Hal ini dapat dilihat dari sepi pembeli yang berbelanja di pasar modern Amuntai dan ritel modern lokal, bahkan kebanyakan pembeli yang mengunjungi pasar modern Amuntai bukan dari masyarakat kota Amuntai, tetapi masyarakat dari kabupaten lain.

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat kabupaten Hulu Sungai Utara dikenal sebagai masyarakat yang agamis dan menjunjung tinggi norma-norma keagamaan di daerah. Hal ini tercermin dari motto yaitu “Amuntai Kota Bertakwa”. Mayoritas dan hampir seluruh penduduk di Hulu Sungai Utara ini beragama Islam.¹⁴ Pola hidup masyarakat agamis bisa jadi salah satu faktor kurang diminatinya bisnis ritel modern di kota tersebut. Karena seperti yang kita ketahui dalam hal berbisnis selalu ada positif dan negatifnya. Ritel modern juga demikian, semakin maraknya bisnis ritel modern ini membuka cabang semakin menjadi ancaman bagi peritel tradisional. Peritel modern dengan modal yang besar (ritel modern asing) meresahkan masyarakat karena dianggap dapat mematikan usaha rakyat kecil setempat.

Perubahan dari ritel tradisional menuju ritel modern tentunya akan memengaruhi pola hidup masyarakat, dari yang biasanya berbelanja saling tawar-menawar, sekarang harga sudah ditetapkan (*fixed price*), dan lain sebagainya.

¹⁴ Ji Edogawa, *Amuntai Kota Bertakwa* (The Power of Dream, Amuntai, 2013), <http://jiedogawa.blogspot.co.id/2013/04/amuntai-kota-bertakwa.htm?m=1>, (20 Februari 2017)

Produk yang diperjual belikan pun semakin berkembang, misalnya saja alat kontrasepsi dan produk yang tidak berlabel halal di perjualbelikan secara bebas. Beranjak dari latar belakang tersebut, maka penulis merasa perlu untuk meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan meneliti masyarakat di Kota Amuntai untuk memberikan pendapatnya yang akan dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah yang berbentuk sebuah skripsi dengan judul “Persepsi Masyarakat di Kota Amuntai Terhadap Adanya Bisnis Ritel Modern”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi masyarakat di Kota Amuntai tentang adanya bisnis ritel modern?
2. Faktor-faktor apa yang memengaruhi persepsi masyarakat di Kota Amuntai tentang bisnis ritel modern?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat di Kota Amuntai tentang adanya bisnis ritel modern
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat di Kota Amuntai tentang bisnis ritel modern

D. Signifikansi Penelitian

Peneliti mengharapkan baik sekarang maupun di masa yang akan datang hasil penelitian ini berguna untuk :

1. Sebagai bahan informasi, menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca pada umumnya yang ingin mengetahui permasalahan ini lebih mendalam.
2. Sebagai bahan *literature* bagi mereka yang akan mengadakan penelitian terkait.
3. Sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam khususnya dan UIN Antasari pada umumnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional agar lebih terarahnya penelitian ini :

1. Persepsi adalah tanggapan langsung atas sesuatu.¹⁵ Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indra, kemudian individu ada perhatian, lalu diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari

¹⁵Ahmad A. K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta : Reality Publisher, 2006), hlm. 414.

tentang sesuatu.¹⁶ Adapun persepsi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah pendapat dan tanggapan dari masyarakat di Kota Amuntai tentang adanya bisnis ritel modern.

2. Ritel adalah meliputi semua kegiatan yang terlibat langsung dalam penjualan barang atau jasa secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.¹⁷ Bisnis ritel modern yang dimaksud adalah bisnis makanan dan minuman yang menyentuh langsung kebutuhan konsumen dan dijual secara eceran.¹⁸ Ritel modern adalah pengembangan dari ritel tradisional. Yang mana ritel modern menawarkan tempat yang luas, kenyamanan berbelanja, tidak ada sistem tawar-menawar, harga jual sudah tetap (*fixed price*) dan adanya sistem swalayan / pelayanan mandiri. Adapun bisnis ritel modern yang penulis maksud dalam penelitian ini yaitu bisnis ritel yang berbentuk minimarket lokal yang berada di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara.
3. Kota Amuntai, merupakan ibu kota kabupaten hulu sungai utara yang terletak di pertemuan (*murung*) antara sungai Nagara, sungai Tabalong, dan sungai Balangan dan berjarak 190 km di sebelah utara Kota Banjarmasin ibu kota provinsi Kalimantan Selatan.¹⁹ Adapun dalam penelitian ini, penulis

¹⁶Sunaryo, *Psikologi untuk Keperawatan* (Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2002), hlm. 93.

¹⁷Philip Kotler, *Marketing Management Ed. 9 (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*, Terj. Hendra Teguh & Ronny A, Rusli (Jakarta : PT. Ikrar Mandiri Abadi, 1998), hlm. 170.

¹⁸Wardah Fariyati, *Panduan Mendirikan & Mengelola Usaha Minimarket* (Jakarta Selatan : Transmedia, 2008), hlm. 4.

¹⁹*Amuntai Kota*,(Amuntai, 2016) https://id.wikipedia.org/wiki/Amuntai_%28kota%29, (20 Februari 2017)

melakukan penelitian di Kota Amuntai Kecamatan Amuntai Tengah. Lokasi ini penulis pilih karena Kecamatan Amuntai Tengah merupakan pusat pemerintahan dan perdagangan kota pada Kota Amuntai. Dan juga merupakan kecamatan dengan penduduk terpadat di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Kecamatan Amuntai Tengah juga merupakan Kecamatan dengan jumlah minimarket yang lebih banyak dibandingkan dengan kecamatan lain.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan yang penulis lakukan terhadap penelitian terdahulu berkaitan dengan persepsi masyarakat tentang bisnis ritel modern, penulis menemukan yang menurut data yang penulis kumpulkan, ada beberapa yang menyerupai antara lain :

1. Muhammad Khaidir, nim (1101140086) jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Antasari Banjarmasin. Dengan judul skripsi “Persepsi Pembeli di Warung Malam Tentang Jual Beli yang Membayar dengan Uang tanpa Kembalian Desa Pahuluan Rantau”. Dalam penelitian Muhammad Khaidir merumuskan dua rumusan masalah, yaitu : (1) Bagaimana pemahaman pembeli di warung malam tentang jual beli yang membayar dengan uang tanpa kembalian di desa Pahuluan Rantau, (2) Apa faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya pembeli di warung malam yang membayar dengan uang tanpa kembalian di desa Pahuluan Rantau. Dalam penelitian Muhammad Khaidir tersebut ada beberapa kasus, yang mana kasus tersebut di kelompokkan ke dalam dua

golongan, golongan pertama : menurut pembeli, jual beli di warung malam tersebut hukumnya boleh saja, sedangkan golongan yang lainnya, yaitu : menurut pembeli jual beli di warung malam tersebut hukumnya haram. Kasus yang menyatakan jual beli tersebut boleh karena pembeli tidak merasa dirugikan oleh si pelayan warung, meskipun memang benar jual beli di warung malam tanpa ada uang kembalian sudah menjadi kebiasaan cara pembayaran seperti itu, meskipun begitu pembeli merasa senang karena terbalaskan oleh layanan di warung tersebut yang dapat membuat mereka merasa puas berada di sana. Adapun kasus yang mengharamkan jual beli tersebut dikarenakan jual beli tersebut tidak sesuai dengan ajaran agama Islam.²⁰ Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan, dalam penelitian Muhammad Khaidir ini mencari persepsi dari pembeli yang melakukan pembelian di warung malam yang sistem bayarnya dengan uang tanpa kembalian. Sedangkan yang penulis teliti adalah persepsi masyarakat yang ada di Kota Amuntai tentang adanya bisnis ritel modern.

2. Ida Nurfaidah, (A21112015), jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Dengan judul skripsi “ Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket di Kota Makassar.” Dalam penelitian Ida Nurfaidah ini mengangkat rumusan masalah, yaitu : (1) Apakah persepsi dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket ?, (2) diantara variabel kualitas pelayan (*service quality*), harga

²⁰Muhammad Khaidir, *Persepsi Pembeli di Warung Malam Tentang Jual Beli yang Membayar dengan Uang tanpa Kembalian Desa Pahuluan Rantau* (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri, 2015) hlm. 6, 48.

(*price*), kualitas produk (*product quality*), peran keluarga (*family role*) dan media sosial (*social media*), variabel manakah yang dominan memengaruhi keputusan pembelian pada minimarket?. Dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel penelitian 100 orang responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliable. Variabel yang paling dominan antara variabel kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, promosi, pengalaman pribadi, peran keluarga, dan media sosial adalah variabel promosi sebesar 2.047.²¹ Dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan berbeda, dalam penelitian ini mencari seberapa berpengaruhnya persepsi dan sikap konsumen terhadap pembelian pada minimarket di kota Makassar serta mencari variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada minimarket di kota Makassar. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah mengkaji persepsi masyarakat tentang bisnis ritel modern yang berbentuk minimarket lokal yang berada di kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara.

3. Muhammad Nashish, (041211232023) jurusan Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya, 2016. Dengan judul skripsi “ Pemahaman Terhadap Alasan dan Tipe Loyalitas Konsumen Ibu Rumah Tangga dalam Memilih Ritel Modern”. Penelitian ini menggunakan retail sebagai objek dan beberapa ibu rumah tangga sebagai subjek.

²¹Ida Nurfaidah, *Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket di Kota Makassar*, (Skripsi tidak diterbitkan, Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2016).

Penelitian ini ingin memahami alasan konsumen memilih ritel modern dan tipe loyalitas konsumen ibu rumah tangga terhadap ritel modern. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan kelompok diskusi terarah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa alasan konsumen ibu rumah tangga dalam memilih ritel modern adalah produk/barang yang ditawarkan, atmosfer toko, pelayanan, aksesibilitas, reputasi toko, promosi, fasilitas yang tersedia, harga, dan familiaritas, sedangkan tipe loyalitas konsumen ibu rumah tangga terhadap ritel modern tergolong sebagai tipe loyalitas yang lemah.²² Adapun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan, dalam penelitian ini lebih didasarkan alasan dan kelayalitan ibu rumah tangga dalam memilih ritel modern. Sedangkan dalam penelitian yang penulis lakukan, penulis mengkaji pendapat dari masyarakat tentang adanya bisnis ritel modern.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pemahaman dalam pembahasan ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab pertama merupakan pendahuluan dari penelitian yang terdiri atas latar belakang masalah yaitu berisi hal yang melatarbelakangi penulis memilih dan tertarik untuk melakukan penelitian ini. Latar belakang masalah merupakan dasar untuk memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai apa yang ingin penulis

²²Muhammad Nashish, *Pemahaman Terhadap Alasan dan Tipe Loyalitas Konsumen Ibu Rumah Tangga dalam Memilih Ritel Modern*, (Skripsi tidak diterbitkan, Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya, 2016)

sampaikan, dalam latar belakang di penelitian ini penulis membahas mengenai bisnis ritel modern yang semakin marak bermunculan, dan sudah ada di setiap daerah di Indonesia. Termasuk di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, sehingga penulis merumuskan permasalahan persepsi dan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi tersebut sebagai rumusan dan tujuan penelitian dalam penelitian ini. Lalu disusunlah signifikansi penelitian, memaparkan kontribusi keilmuan baru yang diharapkan dari penelitian. Definisi operasional, yaitu berisi penjelasan tentang indikator yang akan penulis teliti agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian agar lebih terarah. Kemudian kajian pustaka, berupa paparan hasil dari penelusuran penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan, dalam kajian pustaka penulis mempertegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya. Terakhir dalam bab ini yaitu sistematika penulisan, pada bagian ini penulis menguraikan secara sistematis dan terarah bagian-bagian dan sub-sub bagian dalam penelitian ini.

Bab kedua merupakan landasan teori, pada bab ini akan dibahas masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature dan juga sumber informasi dari penelitian sebelumnya, yaitu berisi tentang pertama persepsi, meliputi : proses persepsi, fungsi dan sifat-sifat persepsi, perbedaan persepsi, segi sosial dari persepsi dan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi. Kedua, perilaku konsumen, yaitu : .pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, proses pertukaran & perilaku konsumen, dan persepsi konsumen.

Ketiga bisnis ritel modern, yaitu : pengertian bisnis ritel, struktur dasar bisnis ritel, konsep pemasaran ritel, karakteristik bisnis ritel, jenis-jenis bisnis ritel, sejarah perkembangan ritel di Indonesia, faktor-faktor pemicu pertumbuhan ritel modern, keunggulan ritel modern, format ritel modern, dan perilaku belanja konsumen Indonesia.

Bab ketiga merupakan metode penelitian, yang merupakan cara (teknik) yang ditempuh dalam melakukan pengumpulan data yang ada dilapangan, yaitu meliputi jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan, lokasi penelitian berisi alasan penulis melakukan penelitian di tempat tersebut, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengelolaan data dan analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab ke empat merupakan laporan hasil penelitian dan analisis data, berisi tentang uraian data dan temuan dalam penelitian yang disajikan sesuai dengan rumusan masalah yaitu tentang persepsi dan faktor-faktor yang memengaruhinya dalam mengemukakan pendapatnya mengenai bisnis ritel modern yang berada di Kota Amuntai Kecamatan Amuntai Tengah..

Bab kelima Penutup, dalam bab ini meliputi simpulan dan saran-saran. Simpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah di uraikan. Simpulan merupakan sebagai hasil pemecahan terhadap apa yang peneliti permasalahan. Saran memuat memuat beberapa implikasi penelitian yang dapat diajukan kepada lembaga pemerintahan atau swasta dan yang terkait dengan pemecahan masalah dalam penelitian ini.