

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok bahasan

Persaingan usaha yang dihadapi oleh pelaku bisnis ritel kategori *hypermarket* sangat ketat. Hal ini disebabkan oleh banyaknya kehadiran *hypermarket* baru di pasar. Lubis (2005:1) menyatakan bahwa sejak tahun 2003, perkembangan bisnis ritel dengan kategori *hypermarket* berkembang dengan pesat di Indonesia melalui kehadiran: Makro, Carrefour, Alfa, Giant, Hypermart dan sebagainya. Kondisi yang ada menyebabkan pelaku bisnis ritel dengan kategori *hypermarket* untuk mencari celah yang dapat digunakan sebagai sarana meningkatkan penjualan pada bisnis yang ditekuni.

Kondisi yang ada menyebabkan penyajian kualitas produk dan harga sudah tidak dapat lagi digunakan sebagai sarana untuk membangun keunggulan bersaing. Banyaknya perusahaan ritel dengan kategori *hypermarket* membuat perusahaan-perusahaan tersebut menjual produk dengan merek-merek yang sama, terlebih pada kategori *hypermarket* banyak produk yang dijual pada toko yang dimiliki, sehingga isi toko *hypermarket* yang satu dengan lainnya hampir sama. *Hypermarket* yang makin banyak membuat persaingan penetapan harga juga semakin murah sebab para pelaku bisnis *hypermarket* telah berusaha untuk menetapkan harga yang semurah mungkin agar menarik konsumen di pasar untuk berbelanja pada *hypermarket* yang dimiliki. Apabila terjadi selisih harga antara *hypermarket* yang satu dengan *hypermarket* yang lain adalah selisih harga yang

tidak material atau selisih dalam jumlah yang sangat kecil. Bila produk dan harga sudah tidak dapat lagi digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan strategi bersaing maka perusahaan ritel dengan kategori *hypermarket* hendaknya mencari celah yang baru dalam mengembangkan strategi ritel misalnya dengan penyajian layanan berkualitas kepada konsumen.

Layanan yang berkualitas kepada konsumen oleh *hypermarket* membuat konsumen akan memandang bahwa *hypermarket* tersebut mampu memberikan nilai tambah kepada konsumen yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian pada toko yang dioperasikan oleh *hypermarket* terkait. Layanan berkualitas yang dilakukan oleh *hypermarket* makin penting ketika menghadapi persaingan yang ketat, di mana layanan yang berkualitas akan mendatangkan kemampuan untuk membawa *hypermarket* tersebut unggul dalam persaingan usaha. Pengembangan adanya layanan yang berkualitas dapat dilakukan melalui pengembangan atas penyediaan alternatif pembayaran. Pada kondisi persaingan *hypermarket* di mana produk dan harga yang hampir sama, konsumen akan melakukan pembelian pada *hypermarket* yang mampu menyajikan layanan berkualitas, salah satunya yang memiliki kemudahan dalam pembayaran.

Konsumen yang berbelanja di *hypermarket* pada umumnya melakukan pembelian dalam jumlah banyak sebab *hypermarket* melakukan penjualan untuk banyak kategori produk. Pada keadaan yang ada, tentu saja jumlah uang yang harus dibayar konsumen kepada perusahaan juga banyak. Konsumen membutuhkan alat pembayaran yang aman selain pembayaran tunai, misalnya

dengan menggunakan kartu kredit atau debit kartu ATM. Alternatif pembayaran ini sangat membantu konsumen dan tidak merepotkan konsumen. Alternatif pembayaran yang disediakan *hypermarket* melalui pembayaran kartu kredit dan *debit* kartu ATM membuat konsumen tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang besar dan mengancam keamanan konsumen sendiri. Perusahaan *hypermarket* yang mampu berlaku demikian akan dipandang konsumen sebagai perusahaan *hypermarket* yang mampu memberikan nilai tambah dan pantas dipilih sebagai tempat belanja. Hal tersebut didukung oleh pendapat dari Schermann (2007:22) yang menyatakan perkembangan bisnis dan perbankan melahirkan adanya cara pembayaran oleh konsumen yang baru yaitu penggunaan model *electronic payments* seperti adanya debit kartu ATM dan kartu kredit. Model pembayaran tersebut mulai disukai oleh konsumen karena tidak merepotkan konsumen untuk membawa uang tunai dalam jumlah banyak.

Pandangan baik sebagai tempat belanja yang ideal dari konsumen membuat *hypermarket* yang bersangkutan berpeluang untuk menjadi pilihan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan yang dimiliki. Kondisi yang ada membuat tingkat penjualan pada *hypermarket* yang bersangkutan dapat meningkat. Berdasarkan kondisi yang ada, maka pelaku bisnis ritel dengan kategori *hypermarket* perlu mengembangkan alternatif sistem pembayaran sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan yang dimiliki, sehingga dikembangkan penulisan makalah dengan judul: "Alternatif Sistem Pembayaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di *Hypermarket*". Judul tersebut dirasa penting dipilih karena penyediaan alternatif sistem pembayaran mampu meningkatkan pandangan

konsumen tentang nilai layanan yang diberikan konsumen, sehingga diharapkan mampu menarik konsumen berbelanja pada *hypermarket* yang bersangkutan. Konsumen yang datang dan berbelanja di *hypermarket* umumnya melakukan kegiatan belanja dengan jumlah banyak sehingga ada kewajiban pembayaran yang tinggi serta terkadang dirasa merepotkan konsumen sehingga memunculkan kebutuhan tentang cara pembayaran. *Hypermarket* yang mampu menanggapi hal tersebut dengan melakukan penyesuaian atas sistem pembayaran akan lebih disukai oleh konsumen sehingga banyak konsumen yang datang dan berbelanja. Bagi *hypermarket* yang terkait, hal tersebut merupakan kondisi yang menguntungkan karena dapat meningkatkan penjualan.

1.2. Pokok Bahasan

Pokok bahasan yang ditetapkan dalam makalah ini adalah alternatif sistem pembayaran dalam upaya meningkatkan penjualan di *hypermarket*.

1.3. Tujuan Pembahasan

Tujuan pembahasan yang hendak dicapai dalam rangka penulisan makalah tugas akhir ini adalah memberikan pemahaman tentang peran penting alternatif sistem pembayaran dalam upaya meningkatkan penjualan di *hypermarket*.