

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital sekarang ini, telah menjadi sebuah hal yang penting dan juga memberikan dampak dalam pertumbuhan bisnis baik bisnis secara *online* maupun bisnis secara *offline*. Salah satu contoh dari perkembangan teknologi digital yang mengacu kepada pergeseran gaya pembelian adalah dengan munculnya *e-commerce*. Pada umumnya *e-commerce* yang ada menjual barang dengan cara ritel (Turban, 2004). Dengan terus bertumbuhnya *e-commerce* yang disebabkan oleh perkembangan teknologi digital dan juga semakin bertumbuhnya jumlah pengguna internet maka hal ini akan berdampak pada bisnis – bisnis ritel yang belum atau tidak menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu strategi untuk tetap menjaga volume penjualan. Dengan perkembangan pengguna internet di Indonesia yang sangat cepat, menurut sumber data di tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia ada sekitar 112 juta pengguna (eMarketer, 2017). Dengan terus meningkatnya jumlah penguasaan dan penggunaan internet oleh masyarakat tentu akan memberikan dampak terhadap usaha – usaha ritel yang ada. Hal ini akan menimbulkan sebuah pertanyaan apakah menurut para pelanggan usaha ritel yang ada dengan tingkat penguasaan dan penggunaan teknologi digital yang terus berkembang para pengembang usaha ritel perlu melakukan inovasi atau tidak.

Penggunaan internet yang semakin hari jumlahnya semakin bertambah, dan juga dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat maka pelanggan toko –

toko ritel pun banyak akan terpengaruh. Seperti yang kita ketahui, di Bandung banyak toko – toko ritel. Contoh toko ritel yang berskala besar di Bandung adalah torserba Yogya. Disamping itu masih banyak toko – toko ritel dengan skala kecil tersebar sangat banyak di wilayah Kota Bandung. Contoh toko – toko ritel tersebut seperti Indomaret dan Alfa Mart. Dengan terus terjadinya perkembangan teknologi dan digital maka para pelanggan toko saat ini bisa mendapatkan barang yang diperlukan tanpa perlu datang secara langsung ke toko tersebut. Bisnis ritel yang pada awalnya memiliki konsep sebuah kegiatan aktivitas bisnis yang didalamnya menyangkut kegiatan jual beli yang dilakukan antara toko dan konsumen untuk digunakan oleh pribadi, keluarga, ataupun rumah tangga (Berman & Evans, 1992). Sebuah bisnis dapat dikatakan sebagai bisnis ritel apabila memiliki karakteristik sebagai berikut yaitu kuantiti yang kecil, penjualan dalam partai kecil, dan dalam jumlah secukupnya untuk dikonsumsi pribadi dalam kurun waktu tertentu, *impulse buying* yang berarti sebuah kondisi dimana ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat bervariasi sehingga memberikan banyak pilihan di dalam proses belanja konsumen, dan kondisi lingkungan dan interior dalam toko yang mendukung (Berman & Evans, 1992). Tetapi pada umumnya dimasa sekarang ritel – ritel yang ada di Kota Bandung merupakan ritel – ritel yang sudah menerapkan konsep ritel modern. Ritel modern adalah ritel dimana penataan barang yang memiliki peruntukan sejenis disusun dan dikelompokkan dalam bagian yang sama dan dapat dilihat dan diambil langsung oleh konsumen, penggunaan pendingin ruangan, dan adanya tenaga pramuniaga yang profesional (Ma'ruf, 2005). Sekarang ini di Indonesia, khususnya di Kota Bandung terdapat banyak sekali jenis – jenis

ritel modern. Jenis – jenis yang termasuk kedalam ritel modern seperti pasar modern, pasar swalayan, *department store*, butik, *factory outlet*, *trade center*, mal (Neo & Wing, 2005).

Dilihat dari perkembangan di Kota Bandung, perkembangan toko ritel terus berkembang. Disamping jumlah toko fisik yang terus berkembang, ada beberapa toko ritel yang mulai mengubah model bisnisnya yang pada awalnya hanya fokus pada ritel dengan cara membuka toko, sekarang mulai beralih dengan membuka *e-commerce* untuk tokonya dan bahkan sampai menyediakan fasilitas pengiriman ke alamat pemesan.. Selain itu juga dengan semakin mudahnya akses yang dimiliki yaitu dengan menggunakan *smartphone* maka perkembangan teknologi bukan lagi menjadi penghalang untuk orang melakukan pembelian secara *online*. Apabila dilihat beberapa tahun kebelakang, toko ritel seperti Indomaret pun mulai membuka toko *online* nya, dan Alfamart pun demikian. Pelanggan toko ritel pun banyak yang sudah menguasai dan menggunakan teknologi digital dalam kegiatan kesehariannya. Penguasaan dan penggunaan teknologi digital oleh pelanggan belum dimanfaatkan dengan baik oleh usaha ritel yang ada untuk melakukan inovasi usaha ritel. Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, menarik untuk dikaji apakah dampak dari penguasaan dan penggunaan teknologi digital terhadap perubahan bisnis model toko ritel yang ada di Kota Bandung yang akan diajukan sebagai penelitian yang berjudul “ DAMPAK PENGUASAAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL OLEH PELANGGAN TERHADAP INOVASI USAHA RITEL DI KOTA BANDUNG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, teridentifikasi beberapa permasalahan diantaranya:

1. Semakin banyaknya pengguna smartpone di kalangan pelanggan toko ritel sehingga membuat persaingan antara toko ritel dan e-commerce semakin tinggi.
2. Pergeseran kebiasaan berbelanja pelanggan dari yang awalnya datang ke toko menjadi berbelanja online.

1.3 Rumusan Masalah

Karena teridentifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh penguasaan teknologi digital oleh pelanggan terhadap inovasi usaha ritel di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan teknologi digital oleh pelanggan terhadap inovasi usaha ritel di Kota Bandung?
3. Seberapa besar korelasi penguasaan teknologi digital oleh pelanggan dengan penggunaan teknologi digital oleh pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengkaji besarnya pengaruh penguasaan teknologi digital oleh pelanggan terhadap inovasi usaha ritel di Kota Bandung.
2. Mengkaji besarnya pengaruh penggunaan teknologi digital oleh pelanggan terhadap inovasi usaha ritel di Kota Bandung.

3. Mengkaji korelasi penguasaan teknologi digital oleh pelanggan dengan penggunaan teknologi digital oleh pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kepada para peneliti berikutnya dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian berikutnya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kepada para pelaku usaha ritel di Kota Bandung bahwa penggunaan teknologi digital oleh pelanggan akan memberikan dampak terhadap inovasi usaha ritel.

