

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peritel dituntut untuk memiliki kemampuan mengembangkan usaha yang dimiliki agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup. Kemampuan untuk mengembangkan usaha bukan merupakan hal yang mudah bagi peritel, karena persaingan dalam industri ritel saat ini juga semakin ketat. Banyak peritel baru yang hadir di pasar serta hampir memiliki karakteristik yang sama, sehingga konsumen memiliki peluang untuk memilih peritel yang mampu memberikan keuntungan terbesar. Peritel yang tidak dipilih oleh konsumen lambat laun akan meninggalkan persaingan karena terus mengalami kerugian akibat tidak mendapatkan pendapatan penjualan. Peritel yang makin mampu mengembangkan usaha akan menjadi pilihan konsumen, sebab dipandang konsumen makin menguntungkan dipilih sebagai tempat berbelanja.

Pengembangan operasional bisnis ritel yang dimiliki sebagai syarat mutlak untuk mempertahankan kelangsungan usaha membutuhkan sumber daya yang besar baik itu sumber daya keuangan dan sumber daya yang lain. Peritel seringkali memiliki keterbatasan terhadap pemenuhan sumber daya tersebut secara mandiri, sehingga harus melakukan kerja sama dengan pihak yang lain. Kerja sama yang dibangun melahirkan hubungan dengan *stakeholders* yaitu pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, yang selanjutnya dikenal dengan investor, kreditor, pelanggan, pemerintah, karyawan, dan masyarakat sekitar. Investor dan kreditor merupakan rekanan kerja peritel terkait dengan kerja sama penyediaan dana yang dibutuhkan oleh peritel dalam pengembangan usaha. Pelanggan adalah pihak yang berkaitan dengan peritel terhadap pendapatan penjualan yang dihasilkan. Pemerintah adalah rekanan kerja peritel berkaitan dengan legalitas yang diberikan saat melakukan kegiatan usaha. Karyawan adalah pihak yang terkait dengan peritel terhadap penyediaan tenaga kerja, sedangkan masyarakat sekitar adalah pihak yang terkait dengan peritel terhadap dukungan dalam menjalankan operasional bisnis ritel serta potensial menjadi calon konsumen.

Peran penting dukungan dari masing-masing *stakeholders* bagi peritel membuat adanya tuntutan untuk melakukan orientasi terhadap *stakeholders*. Orientasi pada *stakeholders* merupakan upaya untuk mempelajari dan memenuhi hal-hal yang membuat *stakeholders* untuk tertarik bekerja sama dengan perusahaan. Hal tersebut diharapkan dapat memperkuat sumber daya yang dimiliki oleh peritel dalam menjalankan kegiatan usaha, sehingga mampu mempertahankan kelangsungan hidup. Dharmmesta (2002) menyatakan bahwa lingkungan usaha yang dihadapi oleh peritel saat ini sangat kompleks dan berubah-ubah. Kemampuan untuk melakukan berbagai upaya sebagai penyesuaian terhadap perubahan menjadi semakin sulit, namun hal tersebut dapat dilakukan apabila didukung oleh penyediaan sumber daya yang dibutuhkan. Berdasarkan pernyataan tersebut maka orientasi terhadap *stakeholders* merupakan faktor penting yang harus dilakukan untuk mencapai keberhasilan pengembangan bisnis ritel.

Tingkat kerja sama yang dilakukan antara peritel satu dengan peritel yang lain dapat berbeda, sesuai dengan kebutuhan sumber daya yang dimiliki. Arnold dan Luthra (2000) menyatakan bahwa tingkat ukuran peritel merupakan hal yang membedakan *stakeholders* yang dimiliki oleh peritel. Peritel yang besar membutuhkan sumber daya yang lebih banyak sehingga *stakeholders* yang dimiliki lebih kompleks. Peritel tersebut terkadang harus bekerja sama dengan investor dan kreditor karena membutuhkan dana, namun hal tersebut akan lain bila dibandingkan dengan peritel tradisional yang dikelola dengan modal sendiri. Investor dan kreditor bukan menjadi bagian *stakeholders* yang dimiliki karena dikelola dengan modal sendiri.

Arnold dan Luthra (2000) juga memberikan sorotan terhadap masyarakat sekitar yang selama ini sering diabaikan oleh peritel untuk menjadi bagian dari *stakeholders*. Banyak peritel yang beranggapan bahwa masyarakat sekitar tidak memiliki kepentingan yang bisnis ritel yang dikelola, namun dengan tingkat kesadaran masyarakat akan hak yang dimiliki dalam hidup membuat setiap bisnis termasuk bisnis ritel harus melakukan perlindungan kepada masyarakat sekitar. Peritel hendaknya tidak memilih kebijakan bisnis yang berbenturan dengan

kepentingan masyarakat sekitar. Hal tersebut akan merugikan peritel sebab akan merusak reputasi yang dimiliki oleh peritel. Hal yang lebih penting lagi untuk diperhatikan, masyarakat sekitar adalah calon konsumen yang potensial. Bila peritel tidak memperhatikan masyarakat sekitar akan sangat sulit bagi peritel untuk berkembang akibat kesulitan mencari konsumen yang baru. Perhatian terhadap masyarakat sekitar sebagai bagian dari *stakeholders* melahirkan adanya kewajiban bagi peritel untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan paparan yang disampaikan tampak peran *stakeholders* bagi peritel sangat besar, sehingga orientasi pada *stakeholders* hendaknya dilakukan oleh peritel. Kondisi yang ada menimbulkan ketertarikan untuk melakukan pembahasan tentang keberhasilan pengembangan bisnis ritel melalui orientasi pada *stakeholders*. Peritel diharapkan memiliki kemampuan tentang pemilihan kebijakan-kebijakan yang harus dilakukan agar dapat bekerja sama dengan *stakeholders*. Harapan dari kemampuan tersebut pada akhirnya mampu mendatangkan kesediaan *stakeholders* untuk memberikan dukungan bagi pengembangan bisnis.

1.2. Pokok Bahasan

Pokok bahasan makalah tugas akhir ini adalah keberhasilan pengembangan bisnis ritel melalui orientasi pada *stakeholders*, yang terdiri dari sub pokok bahasan sebagai berikut ini:

1. Peran orientasi pada *stakeholders* bagi keberhasilan pengembangan bisnis ritel.
2. Hambatan peritel melakukan orientasi pada *stakeholders*.
3. Upaya peritel mengatasi hambatan orientasi pada *stakeholders*.

1.3. Tujuan Pembahasan

Tujuan yang ingin dicapai dari pembahasan makalah tugas akhir ini terdiri dari:

1. Memberikan pemahaman tentang peran orientasi pada *stakeholders* bagi keberhasilan pengembangan bisnis ritel.

2. Memberikan deskripsi hambatan yang dimiliki peritel untuk melakukan orientasi pada *stakeholders*.
3. Memberikan deskripsi upaya yang dapat dilakukan peritel untuk mengatasi hambatan orientasi pada *stakeholders*.