

**ANIMO REMAJA BERBELANJA DI RITEL NASIONAL DARI
PADA RITEL LOKAL
(STUDI KAMPONG PENANGGALAN KECAMATAN PENANGGALAN
KOTA SUBULUSSALAM)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**AKIMUDIN SALEH
NIM. 180404085**

Mahasiwa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan
Komunikasi



**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1446 H/2024 M**

**ANIMO REMAJA BERBELANJA DI RITEL NASIONAL DARI PADA
RITEL LOKAL
(STUDI KAMPONG PENANGGALAN KECAMATAN PENANGGALAN
KOTA SUBULUSSALAM)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh
Sebagai salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana S-1
Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam

Oleh

**AKIMUDDIN SALEH
NIM. 180404085**

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Pembimbing I

Pembimbing II


DR. T. LEMBONG MISBAH, MA
NIP. 197405222006041003


MARINI KRISTINA SITUMEANG, M.SOS, MA
NIP. 199111272020122017

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam

Diajukan Oleh:

AKIMUDIN SALEH
NIM. 180404085

Pada Hari/ Tanggal
16 Januari 2025 M
Rabu, 1446 H

di
Darussalam – Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

Sekretaris,

Dr. T. Lembong Misbah, MA
NIP. 197405222006041003

جامعة الرانيري
AR-RANIRY

Marini Kristina Situmeang, M.Sos, MA
NIP. 19911127202012017

Anggota I

Dr. Hasidah, M.Ag
NIP. 197309081998032002

Anggota II

Rusnawati, S.Pd., M.Si
NIP. 197703092009122003



ABSTRAK

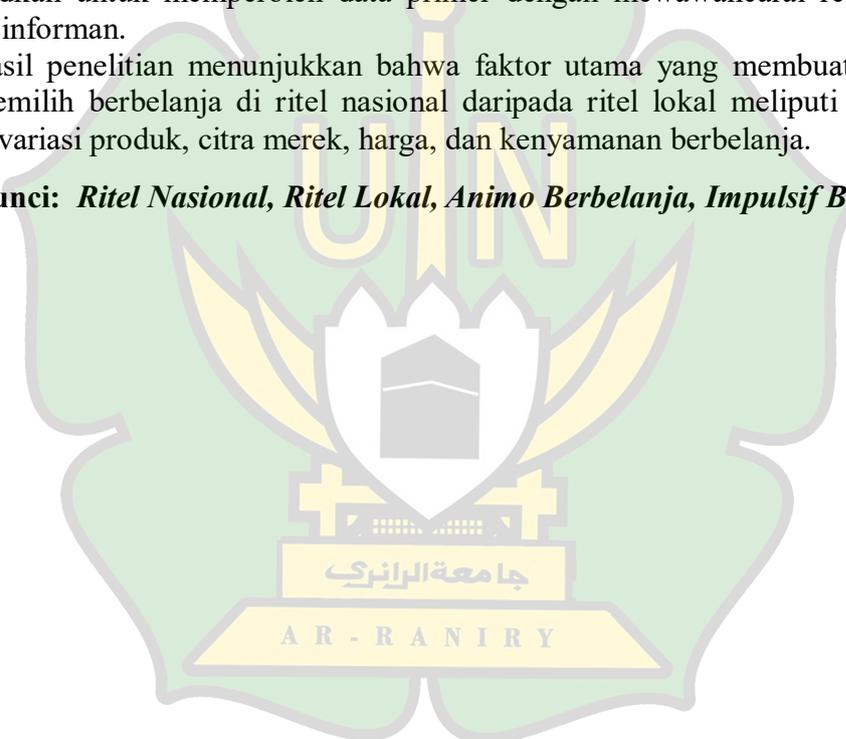
Fenomena animo remaja berbelanja di ritel nasional, seperti Indomaret atau Alfamart, dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup yang semakin modern dan aspirasi untuk terlihat lebih keren dan gaul di mata lingkungan sosial mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan remaja lebih memilih berbelanja di ritel nasional dari pada ritel lokal di Kampung Penanggalan Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam dan mengetahui penyebab terjadinya perilaku impulsif buying pada remaja yg berbelanja di ritel nasional.

Data dalam penulisan skripsi ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian data kepustakaan untuk memperoleh data sekunder dengan mengkaji buku-buku, jurnal dan juga pendapat-pendapat para ahli yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas. Sedangkan penelitian lapangan dimaksudkan untuk memperoleh data primer dengan mewawancarai responden maupun informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang membuat remaja lebih memilih berbelanja di ritel nasional daripada ritel lokal meliputi kualitas produk, variasi produk, citra merek, harga, dan kenyamanan berbelanja.

Kata Kunci: *Ritel Nasional, Ritel Lokal, Animo Berbelanja, Impulsif Buying*



KATA PENGANTAR

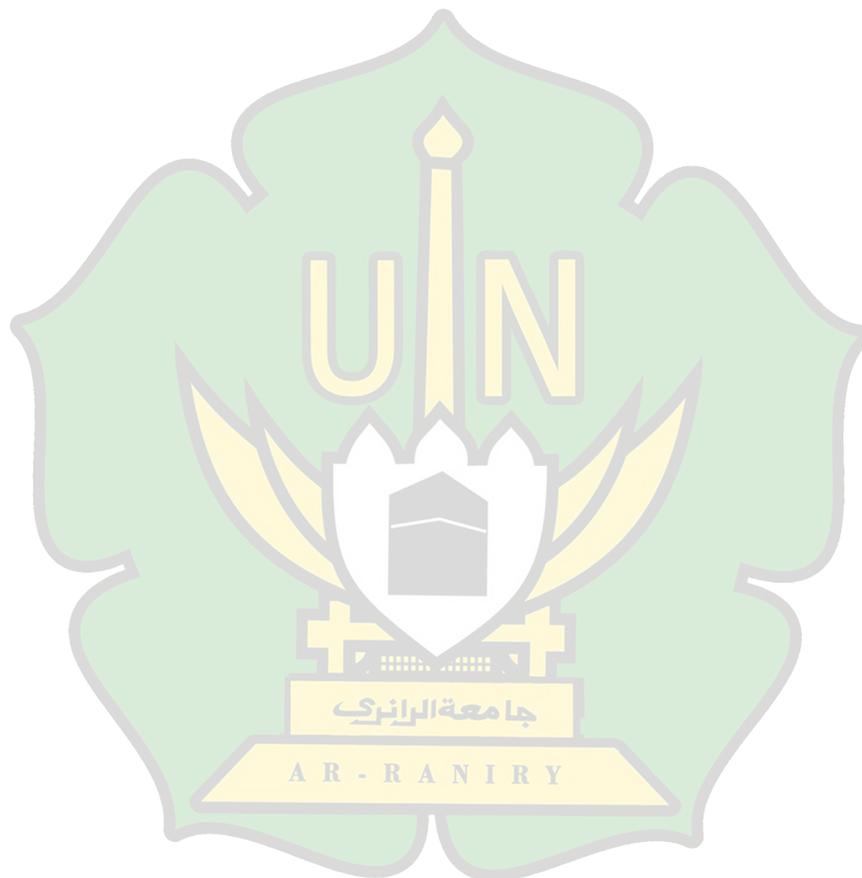


Puji Syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Animo Remaja Berbelanja Di Ritel Nasional Dari Pada Ritel Lokal (Studi Kampong Penanggalan Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam)”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Penulis Menyadari bahwa skripsi ini tidak bisa terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda serta seluruh keluarga yang telah memberi support dalam Do'a yang menjadikan motivasi berpengaruh bagi Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
3. Ibu Dr. Rasyidah, M.Ag selaku ketua Prodi Pengembangan Masyarakat Islam yang telah banyak mengajarkan dan memberi Ilmu dalam perkuliahan serta dengan tidak lupa dengan kata-katanya yang banyak motivasi yang mendorong penulis hingga ke titik ini
4. Bapak Dr. T. Lembong Misbah, MA selaku pembimbing I (satu) yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi penulis.
5. Ibu Marini Kristina Situmeang, M.Sos, M.A selaku pembimbing II (dua) yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi penulis.
6. Seluruh para Dosen dan staff Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, yang telah mendidik dan membantu penulis sejak mulai pembelajaran sebagai Mahasiswa hingga selesainya penulisan skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis berharap adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, dan khususnya teruntuk bagi kalangan Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam dan Mahasiswa lainnya.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Relevan.....	10
B. Tinjauan Teori	12
1. Animo	12
2. Impulse Buying	14
3. Konsep Display Interior.....	16
4. Remaja.....	17
5. Ritel	19
6. Konsumen	28
7. Model Analisa Industri Terhadap Ritel Nasional Dan Ritel Lokal	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Informan Penelitian	35
D. Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
B. Alasan Remaja Lebih Memilih Berbelanja Di Ritel Nasional.....	41
C. Faktor Penyebab Terjadinya Perilaku Impulsif Buying pada Remaja	69
D. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan pola hidup masyarakat Indonesia semakin maju dan mengalami arus perubahan yang semakin hari semakin kompleks dari segi sosio-ekonomi maupun dari aspek sosio-budaya. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring dengan Perkembangannya jaman. Pengaruh perkembangan tersebut sangat nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatannya sejalan dengan bertambahnya teknologi tersebut dan berpengaruh pula kepada satu perubahan gaya hidup mereka.¹

Dampak dari perkembangan teknologi tersebut salah satunya adalah semakin banyak berkembang pasar modern berupa Indomaret, Alfamart, swalayan, dan lain sebagainya, yang menawarkan kemudahan, Kenyamanan dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah dan efisien. Disisi lain adanya persaingan pasar yang Semakin hari kian semakin ketat.²

Pada masa era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan dapat membawa dampak dan pengaruh yang sangat berarti untuk perkembangan perekonomian di negara kita dalam bidang usaha, baik secara umum maupun pada perusahaan bisnis khususnya. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan

¹ Muhamad Ngafifi, "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya", *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi, Volume II, Nomor 1*, (2014), diakses pada 12 Januari 2024

² Dian Wijayanti, "Dampak Kehadiran Ritel Modern Indomaret Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Kota Pematang" (Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana, 19 juli 2013), diakses pada 12 januari 2024.

perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran yang berbentuk seperti minimarket, pasar swalayan, Indomaret atau Alfamart (super market), dan lain-lain. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan tersebut, mereka memanfaatkan peluang- peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Perusahaan-perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan cerdas dan menyiasati berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnisnya, serta dapat melakukan perubahan yang berarti dalam upaya memuaskan konsumen.³

Salah satu media dalam kegiatan ritel adalah pasar. Pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun Penentuan harga. Syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli, baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda.⁴

Ritel sendiri merupakan Menurut Kotler dan Amstrong, ritel adalah aktivitas bisnis antara produsen dengan konsumen secara langsung tanpa perantara. Aktivitas ritel di dalam masyarakat selalu identik dan terbatas pada aktivitas toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari seperti produk sembako, perawatan tubuh dan kebutuhan rumah tangga.⁵

³ Amel. “*Analisis Pengaruh Komponen Atmospherics Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Distro*”, (Malang: 2006), hal. 56.

⁴ Sai'd Sa'ad Marathon, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), hal.76

⁵ Michael Adiwijaya, *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia* (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia 2010), hal. 1.

Ritel nasional adalah bentuk ritel yang dituntut untuk bisa memodernisasikan dirinya dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan berbelanja, kepastian harga dan melengkapi keanekaragaman barang.⁶ Ciri lain dari ritel nasional yaitu memiliki modal kuat, pembayaran dapat menggunakan kartu kredit, kartu debit, menggunakan prinsip swalayan, banyak terdapat promosi, dan hadiah. Umumnya ritel ini dikelola oleh pihak swasta. Adapun contoh dari pada ritel nasional ini seperti Alfamart, Indomaret, Alfa Midi, Hypermart, Superindo, Transmart/Carrefour, Circle K, Lotte Mart, Farmer's Market, dan Hero.

Ritel lokal adalah ritel yang masih banyak digunakan oleh peritel yang tinggal di daerah-daerah dan pinggiran kota. Ciri utama dari peritel ini adalah manajemen belum profesional, modal kecil, produk yang dijual tidak begitu banyak jenis dan merknya. harga tawar menawar, transaksi tunai, jarang adanya promosi, kondisi bangunan umumnya sempit dan kurang terawat.⁷ Adapun contoh model ritel lokal yaitu seperti warung tradisional, pasar tradisional, dan toko kelontong, terdapat juga minimarket lokal yang merupakan model ritel modern dalam skala kecil yang menawarkan berbagai produk kebutuhan sehari-hari dengan konsep self-service.

Bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia telah mengalami kemajuan pesat pada beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko, Kantor, pabrik, dan jenis usaha lainnya. Kemajuan bisnis eceran di Indonesia di akibatkan karena adanya perkembangan usaha manufaktur serta peluang pasar yang cukup

⁶ Dwi Suhartanto, *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran* (Bandung: ALFABETA CV 2007), hal. 23.

⁷ Dianur Himawati, Chaikal Nuryakin, "Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol.17 No.2 Januari (2017), diakses pada 25 Januari 2024.

terbuka yang disebabkan oleh dampak dari lajunya kondisi ekonomi masyarakat. Perkembangan ini mengakibatkan terjadinya perubahan- perubahan yang mempengaruhi kehidupan masyarakat, terutama yang ada di kota-kota besar. Menurut data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), jumlah gerai ritel di Indonesia pada tahun 2022 mencapai kurang lebih 13,7 juta unit. Dengan rincian ritel nasional berjumlah 22.300 unit dan ritel lokal berjumlah 13.700.000 Unit.⁸

Di Aceh sendiri, Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), jumlah gerai ritel di Provinsi Aceh pada tahun 2022 total jumlah gerai ritel di Provinsi Aceh mencapai kurang lebih 280.850 unit. Dengan rincian ritel nasional berjumlah 850 unit dan ritel lokal berjumlah 280.000 unit.⁹ Dibandingkan dengan jumlah ritel di Indonesia secara keseluruhan, Provinsi Aceh menyumbang sekitar 2% dari total jumlah gerai ritel nasional. Hal ini menunjukkan bahwa Aceh memiliki potensi yang cukup besar untuk pengembangan industri ritel. Persebaran gerai ritel di Aceh juga masih terpusat di kota-kota besar seperti Banda Aceh, Lhokseumawe, dan Langsa. Sementara di daerah-daerah lainnya, jumlah ritel tradisional masih mendominasi. Ke depannya, pertumbuhan ritel di Aceh diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan perkembangan ekonomi dan peningkatan daya beli masyarakat di provinsi ini.

Sedangkan di Kota Subulussalam, Data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Subulussalam menunjukkan bahwa hingga tahun 2023, jumlah gerai ritel di Kota Subulussalam terus berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi

⁸ Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, <https://www.aprindo.org/>, diakses pada 31 maret 2024.

⁹ Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, “*Jumlah Ritel di Aceh*”, <https://www.aprindo.org/>, diakses pada 31 maret 2024.

dan kebutuhan masyarakat setempat. Berdasarkan informasi dari BPS, ada lebih dari 300 gerai ritel yang beroperasi di kota ini, termasuk berbagai toko kecil, minimarket, dan supermarket.¹⁰

Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan pendapatan masyarakat dan peningkatan kegiatan ekonomi di Subulussalam. Selain itu, pemerintah daerah juga aktif mendorong investasi di sektor ritel untuk meningkatkan layanan kepada masyarakat dan menciptakan lapangan kerja. Adapun jumlah sarana perdagangan menurut jenisnya di Kota Subulussalam yaitu:

Tabel 1.1. Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kota Subulussalam, 2019-2022

Jenis Sarana Perdagangan	2019	2020	2021	2022
Pasar	10	12	19	13
Toko	263	274	288	282
Kios	320	350	363	386
Warung	740	800	815	824
Jumlah	1333	1436	1485	1505

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan Koperasi dan UMKM Kota Subulussalam.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa sarana perdagangan di Kota Subulussalam dari kurun waktu 2019-2022 sangat berkembang pesat jumlahnya dari tahun 2019 yang hanya berjumlah 1333 sampai pada tahun 2022 berjumlah 1505 sarana, hal ini dikarenakan sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang sangat mempengaruhi ekonomi masyarakat dan anggaran pendapatan daerah Kota Subulussalam.¹¹

¹⁰ Badan Pusat Statistik Kota Subulussalam, <https://subulussalamkota.bps.go.id/>, diakses Pada 1 Mei 2024.

¹¹ Badan Pusat Statistik Kota Subulussalam, "Subulussalam Dalam Angka 2023" https://ppid.bps.go.id/upload/doc/kota_subulussalam_dalam_angka_2023_1681377113.pdf, (2023), diakses pada tanggal 18 februari 2024.

Penanggalan Timur merupakan salah satu desa Di Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam, yang dimana terdapat bebarapa ritel Nasional dan Lokal seperti Indomaret dan warung-warung lokal yang tersebar di Desa Penanggalan Adapun jumlah penduduk berdasarkan umur di Kampong Penanggalan, Kecamatan Penanggalan, Kota Subulussalm yaitu:

Tabel 1.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Kampong Penanggalan.

No.	Umur	Jumlah
1.	0-4 Tahun	50 Orang
2.	5-9 Tahun	130 Orang
3.	10-14 Tahun	163 Orang
4.	15-19 Tahun	160 Orang
5.	20-24 Tahun	170 Orang
6.	25-29 Tahun	152 Orang
7.	30-39 Tahun	187 Orang

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Subulussalam 2023

Selaras dengan tabel di atas, yang dimana kelompok dengan umur 15-24 tahun merupakan kelompok umur yang dapat di sebut dengan remaja, yang dimana jumlah remaja pada tabel diatas berjumlah 323 orang yang berada di desa Penanggalan Timur Kota Subulussalam. Dari 323 orang remaja di kampong Penanggalan tersebut, penulis telah melakukan wawancara dengan salah seorang remaja bernama Ahmad (17 Tahun) yang juga merupakan seorang siswa kelas 2 SMK N Penanggalan pada 9 September 2023 yang dapat menjelaskan fenomena mengapa animo remaja berbelanja di ritel nasional baik secara umum maupun secara khusus.

Menurut Ahmad, fenomena berbelanja di ritel nasional dan ritel lokal secara umum yaitu “Karena ritel nasional di anggap mampu memenuhi kebutuhan remaja pada jaman sekarang ini, yang dimana ritel nasional telah memberikan kenyamanan berbelanja, mulai dari tempat yang terjangkau di tempat yang strategis, jam

operasional yang fleksibel harga yang relative terjangkau, banyak diskon dan kelengkapan produk yang di tawarkan. Kemudian menurutnya,

Adapun secara khusus mengapa fenomena animo remaja berbelanja di ritel nasional ini yaitu gaya hidup yang meningkat, karena jika berbelanja di ritel nasional seperti Indomaret/Alfamart dan duduk di depan Indomaret tersebut itu terlihat lebih keren dan gaul, karena selain indomaret tersebut menghadirkan tempat yang nyaman dan bersih, indomaret juga memberikan tempat nongki atau nongkrong yaitu terlihat dengan di berikanya akses teras dengan kursi dan meja bagi remaja yang ingin duduk-duduk dan nongki sambil minum kopi, yang dimana kopi nya itu langsung di beli di indomaret tersebut.”¹²

Hasil observasi awal yang penulis lakukan dengan salah satu pegawai Indomaret Di Kampong Penanggalan yang bernama Mawan Boang Manalu, yang dimana beliau menjelaskan bahwa “jumlah remaja yang datang berbelanja di toko indomaret ini berjumlah 10-40 orang per harinya, yang di mana remaja tersebut kadang datang hanya untuk membeli sesuatu saja seperti perlengkapan sekolah, alat kecantikan, makanan siap saji, minuman. Voucher game online dan sebagainya. Bagi remaja yang nongkrong di depan biasa barang yang di beli yaitu, makanan minuman bahkan sampai rokok yang di konsumsi Bersama teman-temannya sambil nongkrong di teras depan toko. Rata-rata pengeluaran remaja per kunjungan ke Indomaret diperkirakan sekitar 50.000-100,000 IDR. Estimasi ini mencakup pembelian berbagai produk seperti makanan ringan, minuman, produk

¹² Wawancara Dengan Ahmad, Seorang Remaja Siswa SMK Negeri 1 Penanggalan Pada 9 September 2023

perawatan kulit, alat tulis, dan makanan siap saji. Jumlah ini bisa bervariasi tergantung pada jenis dan jumlah produk yang dibeli serta promosi atau diskon yang sedang berlangsung”.¹³

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian skripsi yaitu Animo Remaja Berbelanja Di Ritel Nasional Dari Pada Ritel Lokal (Studi di Kampong Penanggalan Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam).

B. Rumusan masalah

1. Mengapa remaja lebih memilih berbelanja di ritel nasional dari pada ritel lokal (studi di Kampong Penanggalan Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam)?
2. Apa yang menyebabkan terjadinya perilaku impulsif buying pada remaja yg berbelanja di ritel nasional?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui alasan remaja lebih memilih berbelanja di ritel nasional dari pada ritel lokal (Studi Kasus Di Kampong Penanggalan Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam).
2. Untuk mengetahui penyebab terjadinya perilaku impulsif buying pada remaja yg berbelanja di ritel nasional.

D. Manfaat penelitian

¹³ Wawancara dengan Mawan Boang Manalu, pegawai Indomaret di Kampong Penanggalan, pada 9 September 2023

1. Manfaat akademis, ritel lokal dan nasional merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan atau membeli suatu barang dan jasa.
2. Manfaat praktis, semoga penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang animo remaja berbelanja di ritel nasional dari pada ritel lokal, khususnya bagi peneliti, dan pada umumnya bagi para pembaca.

