

Faktor Pemilihan Pemasok Dan Pengaruhnya Pada Keuntungan Toko Ritel Tradisional

Azhar Khilal Kurniawan

Program Magister Manajemen Bisnis Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

E-Mail: azharkhilal@yahoo.com

Article history

Received : 2023-02-11

Accepted : 2023-05-16

Published : 2023-06-08

Keywords:

Analisis regresi linear berganda, Best-worst method, Kriteria pemilihan pemasok, Ritel tradisional

Abstract: Clashes that occur between traditional retail owners and modern retailers have often been heard. In the current digital era with an increasingly high level of competition, traditional retailers need to determine their competitive advantage in order to survive in the market. One way is that traditional retailers need to formulate competitive advantage with supplier selection criteria. The selection of suppliers aims to improve supplier performance in order to avoid risks and increase cooperation in between and get maximum profits. Selecting the right supplier plays a key role in business as it can reduce unit prices and increase price competitiveness. In this study, the supplier selection criteria studied were Quality, Quantity, Delivery and Cost. The location of this research is limited to Desa Cimanggis, Bojonggede, Bogor, Jawa Barat. This research is a non-experimental research using case studies with a quantitative approach. The research method uses descriptive analysis Best-worst method and multiple linear regression analysis which is carried out by collecting numerical data in answering research questions. There are differences in the results of data analysis between Best-worst method and multiple linear regression analysis. In the best-worst method analysis, criterion C1 (Quality) and criterion C3 (Cost) are the best criteria, while criteria C2 (Quantity) and C4 (Delivery) are alternately chosen to be the worst criterion in the consideration of selecting suppliers at traditional retail stores in the research location. . In the best criteria, the most selected participants are seen as attractive to the author because participants or traditional retail store owners want the best quality but also with cost considerations due to conditions that are hampered by limited capital problems, on the contrary, the criteria for quantity and delivery are the criteria that are considered the worst. because most of the participants bought goods at the local market or grocery store, so they did not need delivery services and did not pay attention to the quantity purchased, because purchases had to follow the minimum purchase quantity provisions from the wholesale shop owner. In the multiple linear regression analysis, criteria C2 (Quantity) and C3 (Cost) are criteria that have an effect on profits, while criteria C1 (Quality) and C4 (Delivery) have no significant effect on profits.



Available online at
<http://jim.unsyiah.ac.id/sejarah/>

Abstrak: Benturan yang terjadi antara pemilik ritel tradisional dan ritel modern telah sering didengar. Pada era digital saat ini dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi, ritel tradisional perlu menentukan keunggulan kompetitif mereka untuk dapat tetap bertahan dalam pasar. Salah satu cara adalah ritel tradisional perlu merumuskan keunggulan kompetitif dengan kriteria pemilihan pemasok. Pemilihan pemasok bertujuan untuk meningkatkan kinerja pemasok agar terhindar dari risiko dan meningkatkan kerjasama serta mendapatkan keuntungan yang maksimal. Memilih pemasok yang tepat memainkan peran kunci dalam bisnis karena dapat mengurangi harga satuan dan meningkatkan daya saing harga. Pada penelitian ini, kriteria pemilihan pemasok yang diteliti

adalah Kualitas, Kuantitas, Pengiriman dan Biaya. Lokasi penelitian ini terbatas pada Desa Cimanggis, Bojonggede, Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini merupakan penelitian non-eksperimental menggunakan studi kasus dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif Best-worst method dan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data numerik dalam menjawab pertanyaan penelitian. Terdapat perbedaan hasil dari analisis data dengan Best-worst method dan analisis regresi linear berganda. Pada analisis best-worst method kriteria C1 (Kualitas) dan kriteria C3 (Biaya) sebagai kriteria terbaik, sementara itu kriteria C2 (Kuantitas) dan C4 (Pengiriman) bergantian dipilih menjadi kriteria terburuk dalam menjadi pertimbangan memilih pemasok pada toko retail tradisional di lokasi penelitian. Pada kriteria terbaik yang paling banyak dipilih partisipan dilihat menarik bagi penulis karena para partisipan atau pemilik toko ritel tradisional menginginkan kualitas yang terbaik namun juga dengan pertimbangan biaya karena kondisi yang terbentur oleh masalah modal yang terbatas, sebaliknya kriteria kuantitas dan pengiriman merupakan kriteria yang dianggap paling buruk karena kebanyakan partisipan melakukan pembelian barang ke pasar atau toko grosir sekitar sehingga tidak membutuhkan jasa pengantaran dan tidak memperhatikan kuantitas yang dibeli karena pembelian harus mengikuti ketentuan minimal kuantitas pembelian dari pemilik toko grosir. Pada analisis regresi linear berganda kriteria C2 (Kuantitas) dan C3 (Biaya) merupakan kriteria yang berpengaruh terhadap keuntungan sedangkan kriteria C1 (Kualitas) dan C4 (Pengiriman) tidak berpengaruh signifikan terhadap keuntungan.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia. Pembatasan sosial untuk masyarakat dalam beraktivitas dan melakukan kegiatan jual-beli menjadi salah satu penyebab utama Produk Domestik Bruto (PDB) diberbagai negara anjlok. Indonesia adalah salah satu negara yang ikut terdampak secara ekonomi. Indonesia mulai melakukan pembatasan sosial sejak awal April 2020. Sebelum Pandemi Covid-19, awalnya Bank Dunia memprediksikan bahwa PDB Indonesia akan tumbuh sebesar 5,1% pada tahun 2020, namun akibat pandemi Covid-19 melanda, PDB Indonesia berada pada kontraksi sebesar 2,07%. Meskipun begitu, Indonesia cenderung stabil dalam menghadapi krisis saat pandemi Covid-19. Tahun selanjutnya di 2021, PDB Indonesia membaik tumbuh sebesar 3,69% dibandingkan tahun 2020.

Sektor ritel dari industri perdagangan merupakan sektor yang berkontribusi tinggi terhadap PDB Indonesia meski disaat pandemi Covid-19. Menurut Menteri Perdagangan, Suparmanto, industri perdagangan berkontribusi sebesar 10% terhadap PDB dimana sektor ritel menyumbang sebesar 12,83% dari sisi perdagangan dan 57,31% dari sisi konsumsi. Kegiatan bisnis dengan menambahkan nilai

ditambah pada barang atau jasa yang ditawarkan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen akhir dalam jumlah eceran disebut dengan ritel (Utami, 2018). Pendistribusian barang dan jasa hingga produk tersebut dinikmati dan digunakan oleh konsumen akhir merupakan fungsi mata rantai dari industri ritel.

Industri ritel dapat dibagi berdasarkan beberapa pengkategorian. Ritel modern dan ritel tradisional merupakan tipe industri ritel berdasarkan kategori sifatnya. Ritel modern terdiri dari pedagang eceran namun dengan skala modal yang besar dengan jumlah toko yang banyak serta fasilitas toko lengkap dan modern sehingga faktor lokasi, potensi pembeli dan pengelolaan bisnis lebih terukur dan terarah. Ritel tradisional juga merupakan pengecer atau pedagang eceran namun cenderung berukuran modal kecil dan pengelolaan bisnis dilakukan secara sederhana seperti toko kelontong yang berada di pinggir jalan, pasar tradisional dan lain sebagainya. Oleh karena itu, ritel tradisional di Indonesia tidak memperhitungkan lokasi usaha dan potensi pembeli, selain itu jenis barang yang dijual tidak dianalisis dan dikelola berdasarkan preferensi konsumen, pemilihan pemasok berdasarkan kepercayaan, serta pencatatan dan

pengelolaan penjualan dan pembelian yang hanya sekedarnya. Dapat dikatakan bahwa pengelolaan bisnis ritel tradisional di Indonesia masih sangat sederhana, oleh karena itu bisnis ini masih terus diminati dan berkembang hingga saat ini karena mudahnya masyarakat dalam memulai usaha. Pada kota-kota besar di Indonesia dengan kelas masyarakat menengah ke atas yang menginginkan kenyamanan dalam berbelanja cenderung lebih memilih retail modern, sebaliknya pada kota-kota kecil atau untuk masyarakat kelas menengah ke bawah cenderung memilih berbelanja pada ritel tradisional karena harga barang yang lebih murah dan dekat dengan pemukiman masyarakat (Kusnadi, 2013).

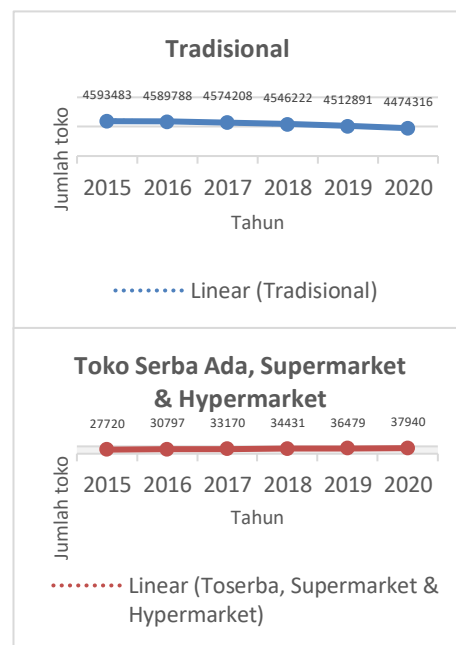
Data dari Eoromonitor International menunjukkan bahwa retail di Indonesia masih sangat di dominasi oleh ritel tradisional sesuai dengan data pada Tabel 1 Hal ini membuktikan bahwa aktivitas jual-beli pada lingkup kecil di desa masih terus berjalan dan tidak terpengaruh pembatasan sosial Covid-19. Ritel tradisional di Indonesia merupakan bisnis yang telah berjalan sejak 1970-an dan menghadapi berbagai tantangan dan perkembangan sampai saat ini. Berdasarkan Tabel 1 disimpulkan bahwa jumlah toko ritel tradisional memang sangat besar jika dibandingkan dengan ritel modern. Faktor demografi dan penyebaran ekonomi yang belum merata di Indonesia menjadi salah satu alasan toko ritel tradisional berjumlah sangat besar.

Tabel 1. Data jumlah toko ritel kebutuhan sehari-hari di Indonesia

Kategori	Tradisional	Toko Serba Ada	Supermarket	Ritel Pom Ben sin	Hypermarket
2015	4.593.483	26.102	1.319	550	299
2016	4.589.788	29.142	1.341	611	314
2017	4.574.208	31.460	1.377	651	333
2018	4.546.222	32.701	1.400	685	330
2019	4.512.891	34.715	1.428	728	336
2020	4.474.316	36.146	1.457	730	337

Sumber: Euromonitor International (2022)

Pada Gambar 1 dapat disimpulkan terjadi penurunan tren pada ritel tradisional di Indonesia. Perbandingan antara tahun 2015 dan 2020, ritel tradisional berkurang sebanyak 119.167 toko sedangkan ritel modern mengalami peningkatan sebanyak 10.220 toko. Menurut Utomo (2011) Banyaknya jumlah ritel modern atau minimarket dan semakin berkembangnya e-commerce membuat ritel tradisional yang ada di wilayah perkotaan menghadapi persaingan yang ketat dengan kemajuan teknologi dan perdagangan bebas membuat bisnis ritel tradisional menjadi tergerus dan sulit untuk berkembang di wilayah perkotaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hikmawati dan Nuryakin tahun 2017 juga menjelaskan bahwa ritel modern yang berupa supermarket adalah jenis yang paling banyak mempengaruhi kinerja ritel tradisional.



Gambar 1. Perbandingan tren ritel tradisional dan modern (Data diolah dari Euromonitor International, 2022)

Pada wilayah pedesaan ritel tradisional masih memiliki peran yang signifikan bagi masyarakat. Berdasarkan penelitian Samari dan Hakimah (2020) membuktikan bahwa pelaku usaha ritel tradisional di desa masih mengalami peningkatan rata-rata 2 sampai 3

orang. Bagi masyarakat di desa, usaha ritel tradisional tergolong mudah dan lebih cepat dalam memulai usaha untuk mendapatkan keuntungan. Toko didirikan dari sebagian bangunan pemilik toko ritel tradisional, sehingga tidak membutuhkan modal besar untuk tempat usaha. Toko ritel tradisional dikelola oleh pemilik dan keluarga, sehingga bisnis dapat dijalankan di antara waktu senggang secara bergantian. Apalagi dengan masih minimnya jumlah ritel modern di wilayah pedesaan membuat ketergantungan masyarakat terhadap ritel tradisional masih tinggi. Ritel tradisional sendiri juga bukannya tanpa permasalahan, toko yang terbilang kecil, penataan produk yang asal-asalan serta suasana toko yang masih harus diperbaiki disadari para pelaku bisnis usaha ritel tradisional (Hakimah & Aliami 2017). Mereka menyadari bahwa konsumen membutuhkan kenyamanan dalam berbelanja, maka diperlukan keterampilan dan wawasan pengelola untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen.

Pada ritel tradisional, rantai pasok pemenuhan barangnya dilakukan dari beberapa tingkatan dibawah perusahaan produksi barang sehingga terdapat agen atau salesman yang menjadi pemasok toko ritel tradisional. Berbeda dengan ritel modern yang mendapatkan barang langsung dari pabrik manufaktur atau perusahaan produksi sehingga banyak dari mereka tidak membutuhkan agen atau salesman dalam menjalankan usahanya. Perpindahan kepemilikan yang terjadi diantara pihak produsen sampai dengan ritel tradisional menyebabkan biaya pada masing-masing pihak yang terlibat dalam alur distribusi. Semakin panjang rantai pasok maka akan semakin sedikit margin keuntungan yang diterima pemilik toko ritel tradisional.

Jumlah ritel tradisional menurut data kecamatan Bojonggede sebesar 658 pedagang kelontong dan 85 minimarket yang tersebar di 9 desa pada kecamatan Bojonggede, Jawa Barat (Tabel 1.2). Perkembangan ritel modern

pada wilayah ini terutama pada desa Cimanggis menjadi gejala bagi para pemilik ritel tradisional. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat sekitar mulai beralih ke minimarket ketika mencari barang kebutuhan sehari-hari. Hal ini disebabkan barang yang dibutuhkan tidak tersedia di toko ritel tradisional dan promo-promo yang sering dilakukan oleh minimarket semakin menarik para masyarakat untuk berbelanja disana. Penetrasi ritel modern ke kota-kota, pinggiran kota serta daerah pedesaan terpaksa mempengaruhi ritel tradisional dalam hal penurunan keuntungan.

Pada penelitian ini, wilayah yang akan diteliti berada di desa Cimanggis, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. BPS menuliskan jumlah penduduk pada tahun 2019 di wilayah ini sebesar 17.968 penduduk dengan luas wilayah 27.23 km. Dengan jumlah penduduk yang tergolong besar, persaingan ritel tradisional dan modern pada wilayah ini menjadi bergejolak di masyarakat terutama pada pengusaha kecil.

Berdasarkan wawancara singkat awal penulis dengan pemilik toko ritel tradisional yang berada di desa Cimanggis, kecamatan Bojonggede, kabupaten Bogor, Jawa Barat, pemilik toko mengaku bahwa pemenuhan barang untuk jualan sangat bergantung pada agen atau salesman yang datang ke toko-toko serta pasar grosir tradisional setempat. Pemilik toko ritel tradisional mengatakan harga merupakan poin terpenting dalam memilih pemasok barang, selain itu kemudahan membeli kembali stok barang serta ketepatan pengiriman barang juga menjadi pertimbangan pemilik ritel tradisional.

Oleh karena itu, ritel tradisional perlu menentukan keunggulan kompetitif mereka untuk bertahan hidup. Salah satu cara ritel tradisional dapat merumuskan keunggulan kompetitif adalah dengan pemilihan pemasok. Pemilihan pemasok bertujuan untuk meningkatkan kinerja pemasok agar terhindar dari risiko dan meningkatkan

kerjasama serta mendapatkan keuntungan yang maksimal. Memilih pemasok yang tepat memainkan peran kunci dalam bisnis karena dapat mengurangi harga satuan dan meningkatkan daya saing harga perusahaan (Ting & Cho, 2008). Terdapat banyak faktor yang digunakan dalam menentukan pemasok pada literatur-literatur manajemen ritel, namun untuk para pelaku usaha ritel tradisional dengan modal terbatas dan kurang dikelola secara profesional menyebabkan pemilihan pemasok dilakukan secara instan dengan hanya mempertimbangkan harga dasar barang jualan, pengiriman yang cepat, kualitas yang sesuai tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain yang lebih kompleks yang dapat mempengaruhi keuntungan para pemilik toko ritel tradisional.

Terdapat banyak faktor yang digunakan dalam menentukan pemasok, namun biasanya para pelaku usaha hanya memilih faktor-faktor tertentu saja untuk dijadikan pertimbangan bagi mereka dalam memilih pemasok. Dalam konsep kaizen yang pertama kali ditemukan oleh Masaaki Imai yang merupakan ahli dari teori organisasi dan konsultan manajemen Jepang. Menerapkan model QQDC (quality, quantity, cost & delivery) merupakan model umum yang sering digunakan oleh peneliti-peneliti lain dalam menganalisis faktor pemilihan pemasok. Faktor QQDC dianggap penting untuk menentukan pemasok yang tepat bagi usaha baik ritel maupun usaha di industri lainnya. Kualitas yang baik akan mempengaruhi pemilihan pemasok oleh ritel tradisional karena produk atau barang yang tidak berkualitas atau mudah cacat akan berdampak kerugian bagi pelaku ritel. Begitu juga dengan kuantitas dan harga semakin banyak barang yang tersedia di pemasok akan semakin mempermudah peritel dalam berbelanja. Harga yang murah juga menjadi pertimbangan bagi peritel dalam menentukan pemasok serta pengiriman yang cepat dapat

dari pemasok menjadi nilai tambah bagi mereka. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan menggunakan kriteria sederhana yaitu Quality, Quantity, Cost dan Delivery (QQDC) sebagai faktor-faktor pemilihan pemasok pada ritel tradisional. Kriteria QQDC akan dengan mudah dapat dimengerti dan diadopsi oleh pemilik ritel tradisional dengan bentuk usaha yang sederhana. Tujuan Penelitian ini untuk Mengetahui kriteria pemilihan pemasok yang terbaik untuk digunakan pemilik ritel tradisional di Desa Cimanggis, Bojonggede, Bogor, Jawa Barat.

METODE

Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data numerik dalam menjawab pertanyaan penelitian. Studi kasus dilakukan fokus pada faktor pemilihan pemasok dan pengaruhnya terhadap keuntungan pada bisnis ritel tradisional di kecamatan Bojonggede, Jawa Barat. Penelitian dimulai dengan merumuskan tantangan dan permasalahan yang dialami oleh para pemilik ritel tradisional karena hadir sejumlah minimarket di dekat toko-toko ritel tradisional. Stok barang ritel tradisional yang seringkali tidak diperhatikan dan tidak tersedia ketika konsumen membutuhkan, membuat konsumen beralih berbelanja ke minimarket yang ketersediaan stoknya terjamin. Di dalam penelitian ini penulis berperan sebagai pengamat eksternal yang tidak terlibat dalam proses bisnis ritel pada wilayah tersebut, populasi yang digunakan oleh penulis adalah adalah semua toko ritel tradisional atau toko kelontong yang berada di desa Cimanggis, kecamatan Bojonggede, Jawa Barat yang berjumlah 61 toko. Sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah toko ritel tradisional atau toko kelontong khusus yang menjual kebutuhan sehari-hari yang berada di desa Cimanggis, kecamatan Bojonggede, Jawa Barat yang berjumlah 38

toko. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan penulis adalah keuntungan yang dihasilkan pemilik bisnis ritel tradisional di desa Cimanggis, desa Bojonggede, Bogor, Jawa Barat sebagai variabel dependen sedangkan variabel independennya adalah kriteria pemilihan pemasok yang terdiri dari Kualitas, Kuantitas, Biaya dan Pengiriman (*Quality, Quantity Cost, Delivery* atau QQCD).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara terhadap 9 orang sampel partisipan, dimana seluruh sampel merupakan pemilik toko ritel tradisional di desa Cimanggis, kecamatan Bojonggede, Bogor, Jawa Barat. Diantara 9 orang tersebut, 2 orang diantaranya berpendidikan paling tinggi yaitu Sarjana dan 7 orang lainnya telah mendirikan toko selama lebih dari 10 tahun.

Toko ritel tradisional atau disebut dengan toko kelontong oleh para partisipan masih menjadi pilihan bagi masyarakat desa Cimanggis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Barang-barang yang dijual toko ini seperti barang sembako, peralatan mandi, minuman botol atau makanan kaleng dan masih banyak lagi. Para partisipan mengaku mendirikan toko dengan tujuan sebagai sumber mata pencaharian dikarenakan modal yang cenderung dapat disesuaikan dengan uang yang dimiliki oleh masing-masing pemilik toko. Seluruh pemilik toko yang diwawancara tidak memiliki ijin usaha resmi. Ijin usaha tidak dimiliki karena faktor ketidaktahuan pemilik toko mengenai pembuatan ijin usaha tersebut serta ada rasa takut jika terdapat pungutan pajak yang dapat menyebabkan berkurangnya keuntungan dari toko.

Para partisipan mengatakan tantangan dari usaha toko ritel tradisional di lokasi penelitian ini adalah warga yang peka terhadap perubahan harga dan jarak antar toko ritel tradisional pada lokasi penelitian tidak terlalu jauh, sehingga pemilik toko menaikkan sedikit harga dibandingkan toko lain, warga cenderung menunda pembelian dan pergi mencari ke toko ritel tradisional lain terdekat. Jika kenaikan harga terjadi rata pada seluruh toko ritel tradisional sekitar,

biasanya warga akan mengurangi jumlah pembelian dan menunggu hingga harga kembali normal. Warga yang cenderung sensitif pada perubahan harga membuat sulit pemilik toko untuk menetapkan batas harga atas yang sesuai untuk produk tertentu.

Salah satu partisipan yang mendirikan toko paling lama pada lokasi penelitian mengatakan sebelum toko ritel tradisional lain menjamur, toko ritel tradisionalnya yang paling ramai dikunjungi oleh warga sekitar. Bertambahnya toko-toko ritel tradisional lain di lokasi penelitian dengan bangunan toko baru dan nuansa toko yang lebih baik, membuat pengunjung tokonya berkurang dan beralih ke toko ritel tradisional baru.

Tidak jauh dari lokasi penelitian terdapat pasar grosir, sehingga para pemilik toko ritel tradisional membeli barang dagangan di pasar grosir. Partisipan wawancara yang memiliki luas toko diatas 20 m² mengaku juga mendapatkan barang dagangan dari sales agent untuk merek tertentu seperti contoh Danone untuk pemasok Aqua, Mizone, Vit,serta Coca cola untuk pemasok Sprite, Frestea, Fanta, dan Pulpy. Menurutnya, menggunakan sales agent langsung dari perusahaan manufaktur memiliki banyak keuntungan, diantaranya garansi produk jika rusak atau expired sehingga pemilik toko tidak menderita kerugian dikarenakan persediaan yang rusak, biaya transportasi yang sudah termasuk pada harga barang, serta ketepatan waktu pengiriman. Meskipun begitu, juga terdapat keluhan jika memasok dari sales agent, yaitu pembayaran dimuka dan terdapat sejumlah minimal order tertentu.

Para partisipan menyebutkan faktor-faktor pemilihan pemasok yang biasanya dipertimbangkan sebelum melakukan pembelian barang dagangan, yaitu harga barang, biaya usaha, kualitas barang, lokasi pemasok, pengiriman atau layanan antar, serta unsur kedekatan dengan pemasok. Menurut para partisipan, unsur kedekatan menjadi penting karena jika diperlukan negosiasi dapat dengan mudah mencapai kesepakatan. Namun dari seluruh faktor pemilihan pemasok yang disebutkan seluruh partisipan sepakat bahwa unsur kualitas, kuantitas, biaya usaha dan pengiriman adalah yang paling sering menjadi perhatian pemilik toko ritel tradisional di lokasi penelitian.

Secara garis besar, alur usaha toko ritel tradisional yang dijelaskan oleh para partisipan adalah sebagai berikut pemilik usaha toko memasok barang dari beberapa pemasok, waktu untuk mengisi barang persediaan beragam tergantung luas toko yang dimiliki. Pada penelitian ini, penulis membagi kriteria toko berdasarkan luasnya yaitu toko kecil dengan luas dibawah 10 m², toko sedang dengan luas diantara 10 m² sampai dengan 20 m² sedangkan toko besar dengan luas diatas 20 m². Untuk luas toko kecil cenderung 2 minggu sampai 1 bulan sekali berbelanja untuk mengisi kembali etalase tokonya sedangkan untuk luas toko yang besar dapat melakukan pembelanjaan setelah 1 hingga 3 bulan tergantung pada jenis barangnya. Dari jawaban yang diberikan oleh partisipan, penulis melihat bahwa toko besar cenderung membagi jenis barang menjadi beberapa tipe, sehingga pengelolaan persediaan barang lebih terorganisir. Berbeda dengan toko yang cenderung kecil, yang pemilik tokonya mengaku mengisi persediannya dengan instan dan mendadak hanya dengan mengecek saat mau berbelanja. Seluruh pemilik toko mengaku tidak memiliki perhitungan persediaan yang ideal untuk suatu jenis barang, semua dilakukan berdasarkan perkiraan.

Kebanyakan dari pemilik toko ritel tradisional di lokasi penelitian yang diwawancarai mengaku memiliki pekerjaan lain selain mengelola toko retail tradisional. Pekerjaan lain yang dilakukan seperti mengojek, menjadi tukang bangunan ketika ada proyek disekitar rumah, membantu memanen padi pada musim panen, dan sebagainya. Ketika pemilik toko ritel tradisional pergi melakukan pekerjaan lain, toko akan dikelola oleh anggota keluarga.

Hasil Kuesioner

Kuesioner dibagikan secara langsung oleh peneliti kepada 38 orang sampel penelitian. Sampel penelitian merupakan para pemilik usaha toko ritel tradisional di desa Cimanggis, Bojonggede, Bogor, Jawa Barat yang menjual kebutuhan sehari-hari atau biasa disebut dengan toko retail tradisional. Toko retail tradisional yang dipilih adalah toko yang berada di pemukiman warga setempat.

Kuesioner yang dibuat oleh penulis terdapat 3 bagian, bagian pertama mengenai karakteristik partisipan, bagian kedua mengukur faktor pemilihan pemasok dan bagian ketiga menilai pengaruh kriteria pemilihan pemasok terhadap keuntungan toko ritel tradisional pada lokasi penelitian.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil tabel output SPSS untuk uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada Lampiran 8, diketahui nilai signifikansi Asymp.Sig (2tailed) sebesar 0,196 lebih besar dari 0,05. Sehingga pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada Lampiran 9 memperlihatkan korelasi antara variabel bebas bernilai kurang dari 0,8 dan nilai VIF juga kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa gejala multikolinearitas tidak terdeteksi pada hasil kuesioner penelitian ini.

Tabel 2 Kesimpulan Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Kesimpulan
Kualitas (X1)	1,630	Nilai VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas
Kuantitas (X2)	2,340	Nilai VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas
Pengiriman (X3)	1,942	Nilai VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas
Biaya (X4)	2,041	Nilai VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas

Sumber: Hasil data kuesioner diolah penulis

Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan metode korelasi spearman. Berdasarkan hasil tabel output SPSS pada Tabel 4.17 dan Lampiran 10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Kualitas (X1) sebesar 0,213 lebih besar dari 0,05 maka variabel ini tidak mengalami heterokedastisitas. Nilai signifikansi pada Kuantitas (X2) sebesar 0,326 lebih besar dari 0,05 maka variabel ini tidak mengalami heterokedastisitas. Nilai signifikansi pada Kuantitas (X3) sebesar 0,296 lebih besar dari 0,05 maka variabel ini tidak mengalami heterokedastisitas. Nilai signifikansi pada Kuantitas (X4) sebesar 0,410 lebih besar dari

0,05 maka variabel ini tidak mengalami heterokedastisitas.

Tabel 3 Kesimpulan Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig. (1-tailed)	Std. Sig	Kesimpulan
Kualitas (X1)	0,213	0,05	Nilai Sig. (1-tailed) > Std. Sig maka tidak mengalami heterokedastisitas
Kuantitas (X2)	0,326	0,05	Nilai Sig. (1-tailed) > Std. Sig maka tidak mengalami heterokedastisitas
Pengiriman (X3)	0,296	0,05	Nilai Sig. (1-tailed) > Std. Sig maka tidak mengalami heterokedastisitas
Biaya (X4)	0,410	0,05	Nilai Sig. (1-tailed) > Std. Sig maka tidak mengalami heterokedastisitas

Sumber: Hasil data kuesioner diolah penulis

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diatas, dapat disimpulkan bahwa data hasil kuesioner penelitian ini berdistribusi normal, tidak terdapat gejala multikolinearitas serta tidak mengalami heterokedastisitas sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian regresi linear berganda sebagai berikut:

Uji F Simultan dan Koefisien Determinasi

Hasil dari Uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 11 menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar $0,041 < 0,05$ maka seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Adapun besar kontribusinya dapat dilihat pada nilai R square yaitu sebesar 0,255 atau 25.5% dan sisanya sebesar 0,745 atau 74.5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang tidak diteliti.

Uji T Parsial atau Uji Hipotesis Penelitian

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi (sig.) < nilai probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.

Tabel 4 Ringkasan Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Beta	t hitung	Sig. Two Tailed	Sig. One Tailed
Kualitas (X1)	0,014	0,168	0,868	0,434
Kuantitas (X2)	1,187	2,634	0,013	0,006
Pengiriman (X43)	- 0,041	-0,185	0,854	0,427
Biaya (X4)	- 0,148	-0,753	0,457	0,229

Uji hipotesis merupakan pengujian hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian, selain itu untuk mengetahui signifikansi dari setiap hipotesis yang ditentukan. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang terdapat pada Lampiran 12 dan Tabel 4.18 maka persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,770 + 0,014 X1 + 1,187 X2 + (-0,041) X3 + (-0,148) X4 + e$$

Yang dapat diartikan dengan nilai konstanta positif sebesar 3,770 menunjukkan pengaruh positif variabel independen (X1, X2, X3 dan X4). Nilai 0,014 merupakan nilai koefisien regresi variabel X1 terhadap Y artinya jika variabel Kualitas (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Keuntungan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,014 atau 1%. Nilai 1,187 merupakan nilai koefisien regresi variabel X2 terhadap Y artinya jika variabel Kuantitas (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Keuntungan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,187 atau 118,7%. Nilai (-0,041) merupakan nilai koefisien regresi variabel X3 terhadap Y artinya jika variabel Pengiriman (X3) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Keuntungan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,041 atau 5%. Nilai (-0,148) merupakan nilai koefisien regresi variabel X4 terhadap Y artinya jika variabel Biaya (X4) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Keuntungan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,148 atau 15%.

1. H1: Pengaruh Kualitas (X1) terhadap Keuntungan (Y)

Dapat dilihat bahwa nilai sig 0,434. Nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,434 > 0,05$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Variabel kualitas termasuk variabel yang diperhatikan pemilik toko ritel tradisional saat memilih pemasok, namun hasil penelitian pada regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas tidak berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keuntungan. Hal ini dikarenakan konsumen yang membeli barang di toko ritel tradisional kurang peduli terhadap kualitas barang-barang yang dipajang pada etalase toko. Tipe konsumen barang-barang kebutuhan sehari-hari adalah tipe yang sudah paham mengenai standar kualitas barang atau merek yang biasa digunakan sehingga tidak terlalu peduli jika toko ritel tradisional menyediakan barang yang lebih berkualitas dari yang biasa digunakan. Konsumen akan cenderung repeat order terhadap merek yang telah dipercaya dan biasa digunakan sehari-hari. Penjelasan tersebut didukung oleh hasil penelitian sebelumnya pada jurnal yang ditulis oleh (Oktavenia & Ardani, 2019) bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap citra merek dan citra merek memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sehingga, ketika toko ritel tradisional menjual barang yang lebih berkualitas atau kurang berkualitas dari barang atau merek yang biasa digunakan oleh konsumen, hal ini tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian yang tidak berpengaruh menyebabkan hasil akhir yaitu keuntungan juga tidak berpengaruh.

2. H2: Pengaruh Kuantitas (X2) terhadap Keuntungan (Y)

Dapat dilihat bahwa nilai sig 0,006. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,006 < 0,05$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak. Variabel ini berkaitan dengan ketepatan jumlah barang yang diberikan oleh pemasok saat pemilik toko melakukan pemesanan, selain itu juga besaran jumlah minimal pesanan pada toko grosir. Semakin banyak kuantitas yang dipesan oleh pemilik toko ritel tradisional, semakin berkurang harga barang yang dapat ditawarkan oleh pemasok. Kuantitas barang pada penelitian ini

juga berkaitan dengan variasi barang yang dapat ditawarkan oleh 1 pemasok. Jika satu pemasok dapat memasok sejumlah barang dengan variasi yang beragam, pemilik toko ritel tradisional tidak perlu mencari pemasok lain. Dengan memiliki satu pemasok besar, biaya usaha akan dapat berkurang. Oleh karena itu, pada uji regresi ini, kuantitas pada usaha toko ritel tradisional dinilai berpengaruh positif terhadap keuntungan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh (Pradwika & Hadi, 2018) bahwa variabel variasi produk memiliki hubungan dalam kategori kuat terhadap keputusan pembelian. Dengan pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian, akhirnya memberikan pengaruh pada keuntungan toko.

3. H3: Pengaruh Pengiriman (X3) terhadap Keuntungan (Y)

Dapat dilihat bahwa nilai sig 0,427. Nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,427 > 0,05$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Hal ini dikarenakan jumlah sampel penelitian yang lebih banyak melakukan pembelian barang tokonya ke toko grosir terdekat serta memilih pemasok dengan lokasi yang dekat dengan toko ritel tradisional, sehingga mereka tidak menggunakan layanan kirim dari pemasok.

4. H4: Pengaruh Biaya (X4) terhadap Keuntungan (Y)

Dapat dilihat bahwa nilai sig 0,229. Nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,229 > 0,05$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Biaya usaha pada toko ritel tradisional adalah biaya pembelian barang, biaya transportasi, biaya sewa toko dan gaji karyawan (jika ada), biaya listrik dan sebagainya. Pada wawancara dengan sampel penelitian juga dijelaskan bahwa biaya usaha menjadi salah satu variabel yang berpengaruh dalam mempengaruhi keuntungan namun berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda ini, variabel Biaya (X4) dinilai tidak berkontribusi signifikan terhadap Keuntungan (Y). Hasil ini sesuai dengan hasil wawancara yang menjelaskan bahwa biaya usaha tidak terlalu besar sehingga mudah mendirikan toko ritel tradisional, yang mana biaya usaha biasanya hanya untuk melakukan pembelian kembali stok barang yang habis sedangkan untuk biaya lain seperti karyawan dilakukan

secara bergantian dengan anggota keluarga, lalu biaya listrik dan air karena letak toko berada di bagian depan rumah sehingga dianggap biaya rumah tangga bukan biaya usaha, dan lain sebagainya

KESIMPULAN

Terdapat perbedaan hasil dari analisis data dengan Best-worst method dan analisis regresi linear berganda. Pada analisis best-worst method kriteria C1 (Kualitas) dan kriteria C3 (Biaya) sebagai kriteria terbaik, sementara itu kriteria C2 (Kuantitas) dan C4 (Pengiriman) bergantian dipilih menjadi kriteria terburuk dalam menjadi pertimbangan memilih pemasok pada toko retail tradisional di lokasi penelitian. Pada kriteria terbaik yang paling banyak dipilih partisipan dilihat menarik bagi penulis karena para partisipan atau pemilik toko ritel tradisional menginginkan kualitas yang terbaik namun juga dengan pertimbangan biaya karena kondisi yang terbentur oleh masalah modal yang terbatas, sebaliknya kriteria kuantitas dan pengiriman merupakan kriteria yang dianggap paling buruk karena kebanyakan partisipan melakukan pembelian barang ke pasar atau toko grosir sekitar sehingga tidak membutuhkan jasa pengantaran dan tidak memperhatikan kuantitas yang dibeli karena pembelian harus mengikuti ketentuan minimal kuantitas pembelian dari pemilik toko grosir. Pada analisis regresi linear berganda kriteria C2 (Kuantitas) dan C3 (Biaya) merupakan kriteria yang berpengaruh terhadap keuntungan sedangkan kriteria C1 (Kualitas) dan C4 (Pengiriman) tidak berpengaruh signifikan terhadap keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani Sri, Tjahyono Endro & Sajio. (2014). Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Produk Pada Perajin Batik Dukuh Kupang Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian LPPM Surabaya*. Vol. 1 No. 1 Hal. 41 – 51.
- Badri, M.A, D. Davis, and D. Davis. (2001). "A Comprehensive 0-1 Goal Programming Model for Project Selection." *International Journal of Project Management* 243-252.
- Berman, Barry R. (2017). *Retail Management*. 13th Edition. Pearson International Content.
- Bhimani, Alnoor, et al. (2009). *Management and Cost Accounting Enhanced* (7th Edition). New Jersey: Pearson International Content.
- Bhutta, Khurram S., Faizul Huq, and Francine Maubourguet. (2002). "Efficient Consumer Response - Increasing Efficiency through Cooperation." *CahierdeRecherche*.
- Carter, William K. (2009). *Akuntansi Biaya* (edisi 14). Jakarta: Salemba Empat.
- Chaffey, Dave, T Hemphill, and D Edmundson-Bird. (2019). *Digital Business* (7th ed). New York: Pearson International Content.
- Chaniago Harmon. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung: Penerbit Edukasi Riset Digital.
- Cheng, E.W, and H. Li. (2005). "Analytic Network Process Applied to Project Selection." *Journal of Construction Engineering and Management* 459-466.
- Cousins, Paul, R Lamming, B Lawson, and B Squire. (2007). *Strategic Supply Management*. New York: Pearson International Content.
- Darmadi, Sunardi, and Didi Samanhudi. (2018). "Pengukuran Tingkat Kinerja Supplier Bahan Baku Pupuk Organik dengan Metode Analytical Hierarchy Produk (AHP) di CV ABC." *Jurnal Rekayasa Sistem Industri* 26-31.
- Dobler, D. W., D.N Burt, and L Lee. (1990). *Purchasing and Materials Management* (5th edition). New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hansen, Don R, Maryanne M. Mowen. (2012). *Akuntansi Manajerial buku 1 edisi 8*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hati Wahyu Shinta & Fitri Sabrina Nelmi. (2017). Analisis Pemilihan Supplier Pupuk Npk Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Inovbis*. Vol 5 No. 2 Hal 123 – 132.
- Hakimah, E., & Aliami, S. (2017). Makna menciptakan impulse buying bagi ritel kecil/ UMKM. In *Prosiding Seminar*

Nasional dan Konferensi Forum Manajemen Indonesia ke- 9. Semarang.
Hikmawati, Dianur, and Chaikal Nuryakin. (2017). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia. Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE). Vol 3 No 2. Hal 51 - 61.
Kahraman, C, CebeciUY, and Lulukran Z. (2003). "Multi-criteria supplier selection using fuzzy AHP." Logistics Information Management 382-394.
Kaufman-Scarborough, Carol, Maureen Morrin, Greg Petro, and Eric T. Bradlow. (2006). "Improving the Crystal Ball: Consumer Consensus and Retail Prediction Markets." International Journal of Research in Marketing.