

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat berpenghasilan tetap pada umumnya suka berbelanja dengan cara melakukan pembayaran dibelakang atau barang diambil dahulu dan proses pembayarannya dilakukan akhir bulan atau saat gaji. Sebelum era *minimarket* menjamur seperti saat ini pada umumnya masyarakat lebih suka berbelanja di pasar tradisional karena segala macam kebutuhan yang dicarinya ada dan seiring perkembangan jaman dan kompleksitas kebutuhan dan keinginan maka terjadi kondisi dimana tumbuhnya pasar *modern* dan pasar swalayan yang sudah menggunakan *space management* masyarakat lebih suka berbelanja di pasar *modern* atau pasar swalayan seperti *minimarket* dan *supermarket*. Masyarakat yang datang ke pasar tradisional sebagian besar ibu - ibu yang ingin membeli untuk kebutuhan toko atau berbelanja dalam jumlah besar. Kenyataan yang ada saat ini adalah para konsumen lebih suka berbelanja di pasar *modern* seperti *minimarket* (indomaret dan alfamart).

Pola belanja masyarakat mulai mengalami perubahan dan sejauh ini pasar tradisional lebih dipilih oleh konsumen yang berorientasi untuk menjual kembali seperti pedagang pengecer atau warung. Sedangkan untuk para konsumen akhir (*end user*) sudah mulai enggan mendatangi pasar tradisional dan cenderung belanjanya di pasar swalayan atau *mall* besar karena sekalian untuk sekedar berjalan - jalan atau *refreshing*. Pasar tradisional sangat terbatas untuk waktu buka toko, yaitu dari pagi hari sampai jam 2 sore sementara para konsumen seringkali berbelanja di malam hari pada saat sudah pulang kerja. Untuk pasar swalayan biasanya buka sampai malam bahkan ada yang buka toko sampai 24 jam.

Perubahan perilaku konsumen yang lebih condong pada pembelian secara kredit belum sepenuhnya bisa dijawab oleh pasar saat ini meskipun ada beberapa bisnis yang menerapkan penjualan secara kredit tetapi masih belum menjangkau konsumen kewilayah-wilayah perkampungan. Seperti yang ada saat ini yaitu

Colombia yang melakukan penjualan secara kredit yang terkenal dengan bunga yang sangat tinggi dan ritel *modern* yang melayani penjualan dengan kartu kredit.

Konsep terbentuknya waralaba yang diciptakan oleh peritel terbesar di Indonesia yaitu Alfamart dan Indomaret, mereka membaca keinginan konsumen Indonesia untuk ikut serta dalam kegiatan usaha tersebut. Proses menjadi pewaralaba Indomaret dan Alfamart sangatlah mahal yaitu untuk pendirian satu *minimarket* membutuhkan dana sekitar 500 juta rupiah. Dengan kondisi seperti itu tentu kita dihadapkan pada jumlah modal yang sangat besar dan ini membuat keinginan masyarakat yang berpendapatan ekonomi menengah kebawah untuk memiliki bisnis waralaba seperti ini menjadi tertunda bahkan tidak akan pernah terjadi karena mahalnya kepesertaan menjadi pewaralaba.

Konsumen sekarang pada umumnya sangat tidak nyaman dengan proses belanja yang berbelit-belit, mereka lebih suka memilih barang sendiri yang tentunya tidak perlu bertanya lagi pada pramuniaga atau penjaga. Warung kelontong pada umumnya memiliki tampilan yang kurang menarik karena penempatan barang tidak teratur, asal atau acak-acakan. Hampir semua toko kelontong tidak mempublikasikan harga barang yang di jual (*price tag*) dan bahkan yang sering kita jumpai adalah penempatan barang yang tidak ditata secara layak dan cenderung barang yang dijual ditumpuk sesuka hati oleh pemilik toko. Pemilik toko kelontong sangat mengabaikan kondisi barang yang mereka jual seperti halnya barang disusun asal-asalan tanpa menyusun berdasarkan berat barang, sebagai contoh barang yang mempunyai beban yang berat seperti minuman dalam kemasan (aqua, teh botol, minuman soda dan lain-lain) disimpan di atas barang yang ringan (teh, tisu, dan lain-lain). Dengan kondisi seperti itu tentu membuat konsumen sangat tidak nyaman dalam proses transaksi jual beli serta menambah resiko kerugian semakin besar.

Keinginan besar konsumen untuk mendapatkan barang secara kredit memaksa diri untuk mengambil barang dengan bunga yang sangat tinggi bahkan bunga satu kali transaksi jual beli kredit bisa mencapai 40%, bahkan konsumen juga melakukan pembelian secara kredit pada rentenir yang bunganya jauh lebih besar jika dibandingkan dengan pelaku kredit modern. Sampai saat ini para pelaku atau perusahaan kredit hanya melakukan penjualan kredit terhadap barang-barang

sekunder berupa alat-alat elektronik, perlengkapan rumah tangga dan lain-lain, meskipun sudah ada perusahaan ritel modern melakukan penjualan kredit barang-barang kebutuhan primer seperti kebutuhan sembako melalui kartu kredit tetapi itu hanya menjangkau pengguna kartu kredit saja sementara di Propinsi Banten pemilik kartu kredit sangat sedikit.

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang, dan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan konsumen pemakai akhir. Bisnis ritel mempunyai peran yang sangat penting dalam menopang perekonomian Indonesia, hal ini dibuktikan ketika Indonesia dilanda krisis tahun 1997, yang mampu bertahan adalah industri ritel. Dalam perjalanannya hingga tahun 2013, bisnis ritel tradisional cenderung mengalami penurunan beralih kepada bisnis ritel modern dikarenakan pengaruh oleh perubahan pola belanja pada masyarakat, terutama perubahan gaya hidup dan terbukanya peluang oleh pemerintah bahwa bisnis ritel modern dari luar negeri diperbolehkan masuk ke wilayah di Indonesia. Resiko dalam bisnis ritel tergolong rendah ketika sudah berjalan dengan baik karena pengelolaan gerai-gerai ritel membutuhkan keterampilan yang harus memadai guna keberlangsungan bisnis ritel tersebut.

Berdasarkan riset yang dilakukan *Fitch Rating* tahun 2014 tentang perkembangan perusahaan ritel menyebutkan bahwa penetrasi ritel modern di Indonesia baru mencapai 14% dari total ritel yang ada. Bandingkan dengan Filipina yang sudah mencapai 25% atau Malaysia mencapai 53%. Ini berarti bahwa industri ritel di Indonesia masih berpeluang sangat besar untuk dikembangkan menjadi sebuah bisnis. Saat ini, industri ritel di Indonesia masih dikuasai oleh brand tertentu dengan skema bisnis waralaba. Pelaku bisnis ritel tradisional cenderung semakin menurun dan penurunan ini bukan semata-mata disebabkan karena peralihan ritel tradisional ke ritel modern tetapi hadirnya gerai ritel modern membawa perubahan pola berbelanja konsumen.

Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 237 juta jiwa dengan total konsumsi sekitar Rp 3.600 an triliun merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel *modern*. Ini didukung oleh perilaku berbelanja penduduk Indonesia yang sudah mulai bergeser, dari berbelanja di pasar tradisional menuju ritel modern. Dengan

dibukanya pintu masuk bagi para peritel asing sebagaimana Keputusan Presiden No. 118/2000 yang telah mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi penanaman modal asing (PMA), sejak itu ritel asing mulai marak masuk ke Indonesia. Masuknya ritel asing dalam bisnis ini menunjukkan bisnis ini sangat menguntungkan. Namun di sisi lain, masuknya hipermarket asing yang semakin ekspansif memperluas jaringan gerainya, dapat menjadi ancaman bagi peritel lokal. Peritel asing tidak hanya membuka gerai di Jakarta. Misalnya Carrefour, dalam enam tahun belakangan sudah merambah ke luar Jakarta, termasuk ke Yogyakarta, Surabaya, Semarang, Palembang, dan Makassar.

Semakin maraknya ritel modern tentu saja menimbulkan persaingan sesama ritel modern tersebut. Selain itu, maraknya ritel modern memudahkan konsumen untuk memilih ritel yang disukai dan cocok dengan keinginan konsumen. Sehingga konsumen dengan mudah bisa berganti ritel modern yang dikunjungi, atau tetap loyal dengan satu ritel karena sudah merasa cocok..

Berdasarkan ketetapan yang di tentukan oleh Unilever Indonesia untuk wilayah Propinsi Banten bahwa setiap 200 orang penduduk idealnya dilayani oleh satu toko sementara di wilayah Kabupaten Tangerang saja toko baru ada sekitar 3.150 toko sedangkan jumlah penduduk mencapai angka 3.157.780 dan masih membutuhkan toko sekitar 15.789 toko.

Tingkat kepadatan penduduk didaerah sangat diperlukan, karena semakin banyak penduduk yang ada didaerah tersebut semakin besar pula kemungkinan untuk bisa menambah jumlah konsumen dan omset. Jumlah penduduk dan kebutuhan menjadi satu-kesatuan yang akan menentukan sukses atau tidaknya usaha yang akan dijalankan. jika pelaku usaha bias memanfaatkan peluang kepadatan penduduk ini maka tentu potensi untuk mendapatkan keuntungan lebih besar, yang terjadi selama ini Banyak usaha ritel yang tidak berkembang karena salah memilih pasar, tidak memperhatikan kebutuhan masyarakat yang menjadi basis usahanya serta manajemen yang tidak teratur.

Meningkatnya daya beli masyarakat kelas menengah kebawah membuat usaha yang dijalankan oleh sejumlah *minimarket* yang ada sekarang semakin tumbuh subur. Kebanyakan *minimarket* hanya tumbuh dan membangun usaha di pinggir jalan besar dan area-area tertentu yang ada di keramaian orang saja,

sehingga bagi para konsumen yang memiliki rumah jauh dari lokasi tersebut membutuhkan waktu dan jarak tempuh yang jauh untuk menjangkaunya. Konsumen juga harus melakukan pembayaran secara tunai karena tidak memiliki kartu kredit. Ketika ingin melakukan pembelian kredit melalui Colombia diperlukan syarat yang ketat meskipun tidak melihat BI *check* dan juga membutuhkan waktu dalam proses pembelian tersebut serta konsumen juga harus berhadapan dengan tukang tagih (*Debdcollector*).

Penduduk Propinsi Banten tergolong memiliki pengeluaran perkapita yang besar setiap tahunnya untuk kebutuhan primer dan sekunder dan lainnya, hal ini akan bisa mempengaruhi sektor bisnis yang bergerak di bidang penyediaan kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan sekunder.

**Tabel 1.1** Pengeluaran Per Kapita Kabupaten Tangerang

Kabupaten/Kota	Pengeluaran per Kapita yang Disesuaikan Menurut Kabupaten/Kota (ribu rupiah/tahun)					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kab Pandeglang	7.335	7.395	7.426	7.486	7.589	7.730.25
Kab Lebak	7.779	7.819	7.859	7918	7977	8.111.49
Kab Tangerang	11622	11631	11640	11648	11666	11.726.88
Kab Serang	9668	9722	9777	9831	9886	10.003.84
Kota Tangerang	13485	13500	13515	13531	13671	13765.72
Kota Cilegon	11716	11784	11852	11920	12057	12126.7
Kota Serang	11788	11834	11880	11950	12091	12289.43
Kota Tangerang Selatan	-	14037	14131	14207	14361	14588.44
Provinsi Banten	10777	10933	11008	11061	11150	11261.48

Diolah dari hasil pengeluaran perkapita menurut kabupaten/kota 2010-2015,BPS

Dari tabel rata-rata pengeluaran di atas dapat dilihat bahwa pengeluaran perkapita cenderung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, pengeluaran itu menjadi peluang yang bisa menunjang pada usaha yang bergerak pada kebutuhan sehari-hari.

Besarnya pengeluaran kebutuhan itu di pengaruhi oleh peningkatan pendapatan masyarakat yang terus mengalami kenaikan dari tahun ketahun-tahunya. Di samping dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi ada pula faktor lain

yang mempengaruhinya seperti gaya hidup yang mewah meski tergolong memiliki pendapatan ekonomi menengah kebawah dan lain. Berikut peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat menengah kebawah atau kelas karyawan:

**Tabel 1.2** UMK Provinsi Banten

NO	KABUPATEN - KOTA	UMK (Rp)		KENAIKAN	
		2016	2015	Rp	PERSEN
1	Kota Serang	2.648.125	2.375.000	273.125	11,5%
2	Kabupaten Lebak	1.965.000	1.728.000	237.000	13,7%
3	Kabupaten Pandeglang	1.999.981	1.737.000	262.981	15,1%
4	Kota Cilegon	3.078.057	2.760.590	317.467	11,5%
5	Kota Tangerang	3.043.950	2.730.000	313.950	11,5%
6	Kabupaten Tangerang	3.021.650	2.710.000	311.650	11,5%
7	Kabupaten Serang	3.010.500	2.700.000	310.500	11,5%
8	Kota Tangerang Selatan	3.021.650	2.710.000	311.650	11,5%

Sumber: <http://www.biaya.net/2015/11/daftar-umk-banten-2016.html>

## 1.2 Identifikasi Masalah

Kondisi kehidupan masyarakat Indonesia sekarang ini telah banyak mengalami perubahan terutama dalam perilaku sosial yang disebabkan oleh modernisasi. Negara Indonesia sekarang ini sudah mencapai tahap pemikiran yang sangat modern, Indonesia sendiri sudah mampu menciptakan alat-alat teknologi yang praktis dan efisien seperti layaknya yang ada di kehidupan sehari – hari seperti Televisi, telepon genggam, komputer, *laptop*, dan lainnya, sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang digunakan pun memiliki kajian – kajian penting dalam proses kemajuan dan perkembangan teknologi yang membuat Indonesia lebih maju dan modern.

Selain itu penyebab lainnya adalah masuknya budaya asing ke Indonesia. Masuknya budaya asing ke Indonesia disebabkan salah satunya karena adanya krisis globalisasi yang meracuni Indonesia. Pengaruh tersebut berjalan sangat cepat dan menyangkut berbagai bidang kehidupan. Tentu saja pengaruh tersebut akan menghasilkan dampak yang sangat luas pada sistem kebudayaan masyarakat. Begitu cepatnya pengaruh budaya asing tersebut menyebabkan terjadinya

goncangan budaya (*culture shock*), yaitu suatu keadaan dimana masyarakat tidak mampu menahan berbagai pengaruh kebudayaan yang datang dari luar sehingga terjadi ketidakseimbangan dalam kehidupan masyarakat yang ada saat ini.

Adanya penyerapan unsur budaya luar yang terjadi secara cepat dan tidak melalui suatu proses internalisasi yang mendalam dapat menyebabkan terjadinya ketimpangan antara wujud yang di tampilkan dan nilai-nilai yang menjadi landasan dasar dalam berkehidupan bermasyarakat. Teknologi yang berkembang pada era globalisasi ini mempengaruhi karakter sosial dan budaya. Dengan kondisi tersebut maka bisa dikatakan bahwa konsumen saat ini cenderung lebih menginginkan berbelanja secara cepat tidak perlu mengeluarkan uang tunai untuk membayar barang belanjaan dan hanya menggunakan uang plastik (kartu kredit, kartu debit). Untuk golongan masyarakat tertentu yang tidak bisa fasilitas kredit.

Munculnya Columbia yang memberikan kemudahan dalam memiliki barang elektronik dengan cara kredit memberikan peluang kepada masyarakat yang tidak terjangkau oleh kartu kredit ataupun yang tidak bisa diberikan fasilitas kredit dari perbankan disebabkan karena tidak mempunyai agunan atau DP (*Down Payment*). Konsep kredit yang dijalankan oleh Columbia adalah hanya memberikan data berupa foto copy KTP, KK dan rekening air/ listrik. Columbia memberikan fasilitas kredit tidak melalui lembaga keuangan seperti perbankan, karena Columbia memberikan kredit dengan modal sendiri dan tentunya tidak melalui BI *chek* dan memiliki bunga yang sangat besar meskipun terdapat kemudahan dalam proses pembelian ditambah lagi letak Columbia dengan pemukiman konsumen cukup jauh. Bunga yang besar dari Columbia membuat konsumen untuk berpikir lebih jauh untuk melakukan pembelian kredit di Columbia, disamping bunga yang tinggi lokasi Columbia juga sangat jauh dari lokasi konsumen pada umumnya karena letak Columbia cenderung di pusat-pusat keramaian atau jalur propinsi saja.

Pertumbuhan *minimarket* yang sangat pesat dan hanya melayani penjualan secara cash dan kredit pada konsumen yang memiliki kartu kredit, sementara masih begitu banyak masyarakat yang masih belum bisa melakukan pembelian secara kredit baik untuk kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder karena tidak memiliki kartu kredit. Hal ini membuat keinginan konsumen untuk

mendapatkan kebutuhan primer maupun sekunder secara kredit tidak tertampung oleh *minimarket*.

**Tabel 1.3** Pertumbuhan Kartu Kredit di Indonesia

Tahun	Jumlah Kartu	Jumlah Transaksi	Nilai Transaksi
2009	12.259.295	177.817.542	132.651.567
2010	13.574.673	194.675.233	158.687.057
2011	14.785.382	205.744.761	178.160.763
2012	14.817.168	217.956.183	197.558.986
2013	15.091.684	235.695.969	219.026.985
2014	16.043.347	250.543.218	250.177.517
2015	16.863.842	274.719.267	273.141.964
2016	17.406.327	297.661.974	272.950.051
Juni 2017	16.711.865	158.363.691	141.288.162

Sumber : Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (2017)

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam penggunaan kartu kredit. Saat ini dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa, penggunaan kartu kredit baru mencapai 16 juta atau kurang dari 10 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Masih minimnya penggunaan kartu kredit di Indonesia menjadi daya tarik industri ritel kredit maupun perbankan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Sisi konsumen kelas bawah yang ingin berbelanja secara kredit tidak mempunyai kartu kredit.
2. Bank tidak bisa memberikan kredit kepada semua golongan masyarakat terutama sisi konsumen kelas bawah

### 1.3 Peluang Bisnis

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi masyarakat menjadi lebih mudah dalam beraktivitas dan mendorong untuk berpikir lebih maju. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pula yang membentuk masa modernisasi yang terus kian berkembang dan maju di waktu sekarang ini. Tingkat Kehidupan yang lebih Baik dengan adanya industrialisasi berdasarkan teknologi yang sudah maju menjadikan nilai dalam memproduksi alat-alat komunikasi dan

transportasi yang canggih, dan juga merupakan salah satu usaha mengurangi pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dampak negatif teknologi modernisasi adalah pola hidup konsumtif. Perkembangan teknologi industri yang sudah modern dan semakin pesat membuat penyediaan barang kebutuhan masyarakat melimpah, dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang dengan banyak pilihan sesuai dengan kebutuhan masing – masing.

Semakin tinggi pertumbuhan dan perkembangan teknologi membuat seluruh lapisan masyarakat ingin memiliki dan menikmatinya, bagi masyarakat golongan menengah ke atas tidak berdampak besar karena rata-rata masyarakat golongan tersebut merupakan masyarakat yang berpendapatan di atas rata-rata dan akan selalu didukung oleh perbankan dalam mendapatkan kemudahan. Tetapi bagi masyarakat golongan menengah ke bawah memiliki pengaruh yang sangat besar dan jumlah masyarakat golongan ini lebih banyak di bandingkan dengan masyarakat menengah ke atas.

Adanya masyarakat golongan menengah ke bawah yang tidak bisa kredit di Bank ini memberikan ruang untuk bisa membuat suatu kegiatan bisnis yang bisa memenuhi keinginan terhadap kelas tersebut. Jumlah kelas masyarakat kelas bawah yang tidak dapat terjangkau oleh kredit perbankan sangatlah besar mengingat kebutuhan kelontong atau kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder sangatlah diperlukan setiap harinya. Sehingga toko yang menawarkan pembelian secara kredit sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat tersebut.

*Minimarket* yang ada sekarang rata-rata bertempat di pinggir-pinggir jalan raya hampir tidak ada yang bertempat di perkampungan. Karena ritel modern yang ada sekarang rata-rata membutuhkan tempat yang lumayan besar sehingga masyarakat yang ada dalam perkampungan harus menempuh jarak yang lumayan jauh untuk mencapai *minimarket modern* tersebut. Meski sudah ada *minimarket* yang hadir dalam perkampungan tetapi tidak begitu banyak karena susah mendapatkan tempat yang luas seperti yang di inginkan oleh pengembang ritel.

Keinginan masyarakat untuk membuka dan mengikut sertakan diri dalam bisnis ritel modern sangat besar karena bisnis ini memiliki daya tarik serta keuntungan yang sangat menjanjikan, akan tetapi banyak masyarakat yang

meenggugurkan keinginannya tersebut karena tidak bisa menyanggupi persyaratan yang di tentukan oleh pengembang ritel modern terutama berkaitan dengan modal yang sangat besar dan harus menyediakan tempat yang lumayan besar.

Sulitnya mendapatkan tempat dan besarnya investasi pada tempat menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan ritel modern sehingga mengakibatkan para pengembang ritel modern memaksakan untuk membuka jenis ritel yang sama meski harus berdampingan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembang bisnis ritel modern saat ini hanya ingin meraup keuntungan sepihak saja tanpa memikirkan keberlanjutan usaha mitra mereka.

Bank tidak bisa memberikan kredit kepada semua masyarakat, artinya hanya masyarakat golongan tertentu yang dapat mengajukan kredit di bank. Perusahaan atau lembaga pembiayaan adalah badan usaha di luar bank atau lembaga keuangan bukan bank lainnya yang memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabahnya untuk suatu keperluan. Sama seperti bank dan lembaga resmi lainnya, mekanisme mengenai perusahaan pembiayaan telah diketahui negara dan sudah diatur pula dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK.012/2006 tentang Perusahaan Pembiayaan. Pada umumnya, lembaga keuangan seperti bank akan memberikan dana cair kepada para calon debiturnya. Lain halnya dengan perusahaan pembiayaan. Ketika mengajukan kredit ke lembaga ini tidak akan mendapatkan dana cair, melainkan persetujuan perusahaan untuk membiayai kredit barang. Jadi, dana tunai dibayarkan perusahaan pembiayaan kepada pihak ketiga, tempat masyarakat melakukan transaksi pembelian.

#### **1.4 Definisi Usaha**

Ritel kredit *modern* yang dimaksud dalam usaha ini adalah sebuah perusahaan distributor yang memiliki banyak *outlet* yang akan melayani penjualan secara kredit, barang-barang yang dijual adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari atau barang sembako (*convenience goods*) dan juga akan menjual barang-barang sekunder (*shopping goods*) serta perlengkapan rumah tangga seperti perabotan rumah tangga dan lain-lain. Dalam proses penjualannya konsumen atau masyarakat tidak harus memiliki kartu kredit tetapi konsumen atau

masyarakat yang tidak memiliki kartu kreditpun bisa melakukan kegiatan belanja di toko mitra (*outlet*) dengan cara kredit

Sementara untuk pembayaran dalam toko mitra (*outlet*), konsumen diperbolehkan membayar dengan cara mengangsur setiap hari atau membaya sekaligus pada tanggal jatuh tempo yang disepakati, sementara untuk barang-barang *shopping goods*, konsumen boleh melakukan pembayaran sekali sebulan atau pembayaran setiap hari dengan catatan cicilan setiap hari tidak boleh kurang dari jumlah sekali angsuran perbulannya.

Dalam pengembangan jaringan usaha ritel ini memudahkan syarat bagi masyarakat yang ingin membuka toko mitra (*outlet*) yaitu hanya menyediakan tempat dan melakukan deposito Rp 7.000.000, uang deposito ini akan di kembalikan jika pemilik outlet melakukan pemutusan hubungan kerja sama dengan manajemen, pengembalian uang deposito milik outlet akan dilakukan pada bulan ke tiga setelah pemilik menanda tangani perjanjian berhentinya hubungan kerja sama.

Dengan hanya menyediakan tempat ini *outlet* atau mitra akan mendapatkan fasilitas sebagai berikut:

**Tabel 1.4** Fasilitas Toko Mitra (*Outlet*)

NO	FASILITAS
1	Mendapatkan stock barang primer dan katalog barang sekunder
2	Mendapatkan rak barang
3	Mendapatkan 1 meja dan 1 kursi
4	Mendapatkan 1 unit laptop dengan spesifikasi: Prosesor Pentium 4 Ram Minimal 2 GB Hardisk Minimal 500 GB
5	Printer kasir TMU 220 R
6	Scanner barcode
7	Dekorasi outlet
8	Software penjualan
9	Pelatihan

NO	FASILITAS
10	Pengembalian uang deposito pada bulan ke tiga setelah melakukan pemutusan hubungan kerja sama.

Sumber : Diolah untuk penelitian ini (2017)

Selain mendapatkan fasilitas-fasilitas diatas *outlet* juga akan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan kredit sebanyak 50% sementara manajemen toko garasi hanya mendapatkan 50% dari laba per outletnya, artinya semakin banyak penjualan yang dilakukan oleh outlet maka semakin besar jumlah keuntungan yang akan di dapatkan oleh outlet.

Usaha ritel kredit *modern* direncanakan akan bekerjasama dengan Bank X sehingga proses kredit barang-barang yang disediakan bisa dilaksanakan dengan maksimal, kemudian juga akan direncanakan menerima semua jenis pembayaran *Payment Point Online Bank* ( PPOB ), selain itu juga akan menyediakan tiket pesawat terbang, kereta api, bus dan lain-lain.

Agar lebih mudah dalam mengoperasikan serta mengontrol kegiatan toko mitra dalam mengoperasikan serta mengontrol seluruh aktifitas toko dilengkapi dengan menggunakan system komputerisasi yang saling berhubungan antar toko cabang dengan toko pusat. Cara kerja sistem komputerisasi ini adalah seluruh kegiatan penjualan di toko garasi yang dimiliki oleh para mitra akan terpantau secara langsung. Kegunaan sistem komputerisasi ini adalah untuk mempermudah dalam proses pengelolaan karena melalui *software*. Dari *software* inilah mitra atau outlet melakukan pemesanan barang ke gudang.

Usaha ritel kredit *modern* ini akan memberikan kemudahan belanja kepada konsumen dengan cara memberikan kredit atau hutang kepada konsumen. Usaha ini akan melakukan sistem tagih hutang (*debt collector*) guna menjalankan sistem perkreditan barang yang dijual kepada konsumen yang diberikan fasilitas hutang. Mengingat masyarakat saat ini pada umumnya adalah masyarakat konsumtif yang lebih senang berhutang daripada harus membayar belanja secara tunai.



