

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Maraknya toko modern dalam kurun waktu 10 tahun terakhir (2023) telah memberikan dampak yang begitu besar bagi para pelaku usaha toko tradisional, terutama dalam persaingan dunia usaha. Semakin banyaknya berbagai jenis toko modern di kota-kota besar hingga pelosok desa menjadi salah satu penyebab toko tradisional mengalami penurunan penjualan. Toko modern pertama kali hadir di Indonesia saat Toeserba Sarinah didirikan pada tahun 1962. Pada era 1970 sampai tahun 1990-an ritel modern ini terus berkembang. Format toko modern muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja.¹ Toko modern disuguhkan dalam tata ruang yang baik, terang, lapang, bersih, dan sejuk beda dengan toko tradisional yang panas, sumpek, dan kadang berdesakan antri. Dengan kelebihan yang ditawarkan tentu saja dengan mudah toko modern akan menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian Febrian Pramana Putra, M. Awaluddin, Arief Laila Nugraha menjelaskan bahwa terdapat 38 titik minimarket di kota Semarang yang tidak sesuai tempat berdirinya atau termasuk dalam radius 500 m dengan UMKM berdasarkan peraturan Walikota No.5 tahun 2013, akibatnya iklim bisnis menjadi kurang sehat sehingga mengancam perekonomian masyarakat sekitar.

¹Tika Ulfianinda, *Sejarah Retail Indonesia*, <http://www.mas-software.com/blog/retail-indonesia> diakses pada tanggal 20 Januari 2023.

Eksistensi toko modern berakibat terhadap penurunan jumlah kinerja toko tradisional dari segi pendapatan, terbukti dari penurunan jumlah komoditas kebutuhan rumah tangga. Tentu hal ini akan dapat menyudutkan keberadaan toko tradisional seperti toko kelontong pada aktivitas pasar. Dampak yang paling mengerikan adalah toko tradisional mengalami gulung tikar.²

Sekretaris Jendral Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), Muhammad Maulana telah melakukan penyisiran ke beberapa pasar tradisional di sejumlah daerah dan ditemukan berbagai masalah yang cukup rawan dan perlu di atasi secara cepat yaitu berkurangnya jumlah pasar tradisional karena keberadaan toko modern. Jumlah ini kemungkinan akan terus bertambah melihat keberadaan toko modern yang cukup banyak dan kondisi ini sangat memprihatinkan.³

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rusno, yang menyatakan bahwa diketahui 67% responden menyatakan pesatnya minimarket waralaba berdampak besar pada kontinuitas usaha UMKM dan 33% menyatakan bahwa dampak pesatnya minimarket waralaba pada strategi pemasaran. Jika kontinuitas serta prospek usaha mengalami dampak yang sangat besar maka tidak menutup kemungkinan usaha kecil dapat mengalami penurunan.⁴

Persaingan perdagangan antara toko modern dengan toko tradisional disekitarnya, bermain menjual mata dagangan yang sama seperti kebutuhan sehari-

² Febrian Pramana Putra, M. Awaluddin, Arief Laila Nugraha, *Sebaran dan Potensi Minimarket (Studi Kasus : Kota Semarang)*, dalam Jurnal Goedasi, Vol. 3, No. 4, 2014.

³ Pebrianto Eko Wicaksono, 2.000 Pasar Tradisional Lenyap dari peredaran, <http://pedagangpasar.org/2015/12/2.000-pasar-tradisional-lenyap-dari-peredaran.com> diakses pada tanggal 20 Januari 2023.

⁴ Rusno, *Dampak Pesatnya Minimarket Waralaba Terhadap Usaha Kecil Jenis Ritel*, dalam Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol. 4, No. 3, 2008

hari menjadi bagian dari kesulitan usaha kecil untuk meraih pasar. Menurunnya konsumen berbelanja dapat dianalisis dari beberapa segi, selain dari sisi jarak yang berdekatan juga dilihat dari sisi konsumen maupun kondisi usaha kecil yang telah kurang fasilitas baik secara pelayanan, kondisi toko dan barang-barang yang kurang lengkap maupun barang dagangan yang dijual, disusun dan dipajang acak-acakan.

Kota Tulungagung merupakan salah satu kota yang banyak berdiri toko modern. Pertumbuhan toko modern di Kota Tulungagung cukup pesat termasuk di Kecamatan Campurdarat, Kecamatan ini memiliki 9 desa yaitu: Tanggung, Pojok, Pelem, Wates, Campuradarat, Gamping, Gedangan, Sawo, Ngentrong. Dari beberapa desa ini telah tersebar berbagai toko modern diantaranya:

Tabel 1.1
Daftar Toko Modern di Kecamatan Campurdarat

Nama Desa	Jumlah	Jenis Toko Modern
Tanggung	1	Indomart
Pelem	1	Indomart
Wates	1	Alfamart
Campurdarat	2	Indomart, Alfamart
Sawo	1	Indomart

Jika melihat tabel di atas pertumbuhan toko modern di Kecamatan Campuradarat sangat pesat di 5 desa dan tentunya terus berkembang mengingat kebutuhan masyarakat yang terus bertambah, sebagian keberadaan toko modern ini berdekatan dengan toko tradisonal. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya toko modern tersebut justru akan memberikan dampak yang positif terhadap

daerah tersebut karena dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi daerah. Selain itu, juga akan menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran di daerah tersebut. Tetapi tidak hanya dampak positif justru akan berdampak negatif terhadap para usaha toko tradisional seperti toko kelontong yang sudah berdiri sebelum adanya toko modern.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Tulungagung No. 1 Tahun 2018 yang mengatur tentang penataan dan pembinaan pasar rakyat, pusat pembelanjaan, dan toko modern, ada beberapa pasal aturan terpenting untuk penataan toko modern sehingga tidak merugikan pedagang kecil eceran maupun pedagang yang ada di pasar tradisional. Dalam peraturan Perda Kabupaten Tulungagung sesuai dengan pasal 6 perda No.1 tahun 2018 disebutkan lokasi pendirian toko modern harus mengacu pada rencana tata ruang yang berlaku. Jarak antara pusat pembelanjaan dengan pasar rakyat paling dekat 1000 meter. dan jarak antara toko swalayan berjaringan dengan pasar rakyat paling dekat 1000 meter.⁵

Meskipun pendirian toko modern sudah diatur dalam Perpres Nomor 112 tahun 2007 dan Perda Nomor 1 Tahun 2018, pada kenyataannya peraturan tersebut tidak di implementasikan dengan baik. Bahkan ada toko modern yang jaraknya berdekatan dengan pasar tradisional. Keberadaan toko modern tersebut justru dipertanyakan kemanfaatannya secara meluas, karena melahirkan ketimpangan. Keberadaan Toko modern dapat memnculkan persaingan tidak sehat antara

⁵Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung *tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Serta Pengendalian Pasar Modern*, 2018, hal. 8

minimarket dan pedagang toko tradisional disekitarnya. Hal itu tentu mengganggu keberadaan toko tradisional yang berada di Kecamatan Campurdarat. Perubahan keuntungan yang terjadi pada usaha toko tradisional di Kecamatan Campurdarat sangat signifikan. Tumbuh pesatnya toko modern membuat omset penjualan toko tradisional menurun. Jika hal ini terus terjadi maka toko tradisional tidak dapat membiayai operasional sehingga toko akan mengalami kerugian dan bahkan menutup usaha toko tradisional. Adapun beberapa toko kelontong yang berdiri di area berdirinya toko modern di kecamatan Campurdarat diantaranya:

Tabel 1.2
Daftar Toko kelontong di area berdirinya toko modern di Kecamatan Campurdarat

Nama Desa	Jumlah Toko kelontong
Tanggung	32
Pelem	45
Wates	30
Campurdarat	88
Sawo	33

Untuk dapat mempertahankan keberadaan toko tradisional di tengah maraknya toko modern, toko tradisional menerapkan berbagai strategi. Strategi pertama yaitu, *Prospector Strategy* adalah adalah sebuah bentuk inovasi berkelanjutan dengan menemukan dan mengeksploitasi produk baru dan peluang pasar, seperti halnya melakukan penataan toko dan menjaga kebersihan. Kedua, *Defender Strategy* adalah strategi yang mempunyai karakter untuk mencarai pasar yang stabil dan hanya memproduksi produk yang terbatas untuk melayani pasar

yang sempit. Strategi ini meliputi menghindari perubahan, mengutamakan stabilitas, dan mempertimbangkan pengurangan ukuran bisnis. Ketiga, *Reactor Strategy* adalah strategi ini bereaksi terhadap terhadap perubahan lingkungan dengan lambat. Seperti halnya, halnya pedagang menyesuaikan produknya dengan apa yang paling diminati pasar. Keempat, *Analyzer Strategy* adalah strategi yang digunakan untuk menganalisis dan melakukan imitasi. Perusahaan melakukan sebuah analisa terlebih dahulu sebelum masuk dalam suatu bisnis, mengamati dan meniru ide-ide bisnis yang telah sukses di pasar.

Dari uraian diatas bahwa toko kelontong perlu menerapkan strategi untuk mempertahankan usahanya demi kelangsungan hidup mereka. hal inilah yang melatar belakangi peneliti untuk mengangkat permasalahan dengan judul **“Strategi Pengusaha Toko Kelontong Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Maraknya Toko Modern”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi bertahan toko kelontong di tengah ancaman toko modern di Kecamatan Campurdarat?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung toko kelontong dalam mempertahankan usaha ditengah maraknya toko modern di Kecamatan Campurdarat?

C. Tujuan

1. Untuk menganalisis strategi toko kelontong agar dapat bertahan ditengah ancaman toko modern di Kecamatan Campurdarat
2. Untuk menganalisis faktor penghambat dan pendukung toko kelontong dalam mempertahankan usaha ditengah maraknya toko modern di Kecamatan Campurdarat

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, baik manfaat dalam bidang teoritis maupun dalam bidang praktis, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi bertahan bagi pengusaha toko kelontong dalam menghadapi banyaknya toko modern yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan, penambahan jenis barang, pemberian bonus kepada pelanggan, dan peningkatan saran prasarana agar pembeli tetap merasa nyaman. Strategi bertahan ini sangat dibutuhkan para pedagang toko kelontong untuk mempertahankan usahanya apalagi sekarang banyak toko modern yang sudah berdiri di lingkungan pedesaan.

2. Praktis

a. Akademis

Bagi kalangan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masukan dan menelaah ilmu pengetahuan, khususnya tentang

penerapan strategi manajemen pada toko kelontong dalam menghadapi toko modern.

b. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada instansi pemerintah dalam hal pembuatan kebijakan Badan Penanaman modal dan perizinan khususnya bidang pengawasan dan penanaman.

c. Pedagang toko kelontong

Penelitian ini diharapkan membantu pedagang kecil dalam menemukan titik tengah terkait masalah ketimpangan pendapatan antara toko kelontong dan toko modern, sehingga dengan adanya ini dapat mensejahterakan masyarakat baik itu pengusaha toko kelontong maupun toko modern.

E. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, maka diperlukan penegasan istilah memuat beberapa kata kunci yang pengertiannya perlu dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti : Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁶ Menurut Tjiptono istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk

⁶ Anton m Muliono. Dkk, *tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Usaha, Dep. Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indoneisa*, (Jakarta Balai Pustaka), hal. 859

pembagian dan penggunaan militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.⁷

2. Pengusaha atau wirausaha adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya.⁸
3. Toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya pada toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong adalah sebagai kasir juga.⁹
4. Mempertahankan menurut KBBI berasal dari kata tahan berarti mengusahakan supaya tetap tidak berubah dari keadaan semula.¹⁰
5. Toko Modern merupakan perdagangan ritel/eceran dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran berbentuk minimarket, supermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan dan pelayanan yang diperoleh secara modern.¹¹

⁷ Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Buku edisi pertama, Yogyakarta, 2006) hal. 3

⁸ Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Alfabeta, Bandung, 2008, hal.24

⁹ http://id.wikipedia.org/wiki/Toko_kelontong(diakses pada tanggal 20 November 2022)

¹⁰ <https://KBBI.web.id> diakses pada tanggal 20 Januari 2023

¹¹ Moh. Irham Triyuda, *Evaluasi Kebijakan Penataan Usaha Toko Modern dan Minimarket*, dalam *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, Volume 5, Nomor 1, Januari- April, hal.1

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 6 (enam) bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum skripsi yang terdiri atas : Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Masalah, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori yang terdiri atas : Kajian Teoritis, Penelitian Terdahulu, dan Kerangka Konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian pada skripsi yang terdiri atas : Pendekatan dan jenis penelitian, Lokasi Penelitian, Kehadiran Peneliti, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengecekan Keabsahan Temuan, dan Tahap-tahap Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas hasil penelitian yang terdiri atas : Papapran Data dan Temuan Penelitian.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini membahas terkait pembahasan tentang isi penelitian yang terdiri atas: Analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan penelitian terdiri dari dua sub bab, yaitu kesimpulan dan saran.