DAMPAK EKONOMI KEBERADAAN MINIMARKET (ALFAMART) TERHADAP USAHA WARUNG KELONTONG (STUDI KASUS DI KELURAHAN HARAPANJAYA CIKARET)

[1] Riska Rahmania, [2] Benny Osta Nababan, [3] Dasmansyah Adyas, [4] Wawan Hari Subagyo

[1] Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Karadenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: riskarahmania002@gmail.com
[2) 3) 4)] Dosen Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Karadenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: benny.osta@dewantara.ac.id, dasmansyah.adyas@dewantara.ac.id, wawan.hari@dewantara.ac.id

ABSTACT

Retail business is a business activity that involves the sale of goods or services to consumers in individual or retail quantities for personal consumption and not for resale, consisting of modern and traditional stores. This study aims to analyze the economic impact of Alfamart's existence on small shop businesses such as grocery stalls in Harapanjaya Cikaret Village, especially on Hj Sanun Street. To achieve these objectives the research used is field research (field research). Based on the analysis of the data, it was concluded that the impact on the income of the grocery stall traders who were in the vicinity, could result in the grocery stall having difficulty in gaining economic access such as declining consumers. This decline in revenue can be seen from the existence of Alfamart from 5 indicators that affect Product, Price, Location, Promotion and profit. This is evidenced by the decrease in the number of goods and the interest in people's purchasing power. The strategy used by traders to attract buyers by providing attractive promotions, paying attention to competitors and providing good service.

Keywords: *Warung Kelontong, Field Research, Deskriptif Kualitatif*

ABSTRAK

Bisnis ritel merupakan kegiatan usaha yang melibatkan transaksi penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan maupun eceran untuk dikonsumsi pribadi dan tidak diperjual belikan kembali, yang terdiri dari toko modern dan tradisional. Perkembangan toko modern seperti Alfamart dapat menimbulkan kecemburuan sosisal terhadap toko kecil atau warung tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak ekonomi keberadaan Alfamart terhadap usaha warung kecil seperti warung kelontong di Kelurahan Harapanjaya Cikaret khususnya di jalan Hj sanun. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi bagaimana dampak ekonomi keberadaan Alfamart terhadap warung kelontong di Kelurahan Harapanjaya Cikaret khususnya di jl. Hj sanun. Untuk mencapai tujuan tersebut penelitian yang digunakan adalah field research (penelitian lapangan). Berdasarkan analisis data yang diperoleh kesimpulan bahwa dampak terhadap pendapatan pedagang warung kelontong yang berada disekitarnya, bisa mengakibatkan warung kelontong mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses ekonomi seperti konsumen menurun. Penurunan pendapatan ini dapat dilihat keberadaan Alfamart dari 5 indikator yang mempengaruhi Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan keuntungan. Hal tersebut terbukti dengan jumlah barang dan minat daya beli masyarakat semakin menurun. Strategi yang dilakukan para pedagang untuk menarik pembeli dengan cara memberikan promosi yang menarik, memperhatikan kompetitor dan memberikan pelayanan yang baik.

Kata kunci: Warung Kelontong, *Field Research*, Deskriptif Kualitatif.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebelum adanya toko modern masyarakat membeli bahan pokok kebutuhan sehari-hari di warung kelontong, toko atau warung yang saat ini disebut sebagai ritel tradisional melibatkan sistem pengelolaan yang sangat sederhana, memiliki produk yang kurang lengkap. Ditengah arus modern keberadaan pasar

tradisional seperti warung kelontong sebagai salah suatu budaya bangsa saat ini mencoba untuk bertahan dan mengembangkan diri agar bisa bersaing ditengah arus tersebut.

Persaingan yang harus dihadapi antara sesama pedagang kecil yaitu pesatnya jumlah pembangunan pasar modern yang banyak memberikan dampak terhadap warung kelontong dengan keberadaan pasar modern seperti Alfamart yang bersampingan dengan pasar tradisional seperti warung kelontong. Pasar

modern dan pasar tradisional bersaing dalam sama-sama pasar, keberadaan keduanya tidak jauh dari perkampungan atau perumahan, yang dikenal dengan pasar ritel. Warung kelontong merupakan salah satu tempat yang menjual kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), dan merupakan usaha penting bagi kehidupan masyarakat. Warung kelontong usaha yang cukup mudah dijalankan karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan bisa membuka usaha rumahan menjadi sebuah warung yang hanya menyiapkan lahan kecil didepan rumahnya, tentu saja dengan semakin banyak orang yang membuka usaha warung kelontong maka bisa membentuk lapangan pekerjaan untuk dirinya sendiri dan untuk keperluan kebutuhan sehari-haripun dapat tercukupi.

Saat ini begitu banyak toko modern seperti Alfamart yang berdatangan di Kelurahan Harapanjaya Cikaret. Bukan hanya satu atau dua saja tetapi ada beberapa Alfamart yang bersampingan dengan warung kelontong. Namun untuk sekarang ini popularitas warung kelontong makin lama agak sedikit meredup dengan adanya toko modern seperi Alfamart. Keberadaan toko modern membuat warung kelontong banyak kehilangan pelanggannya, dengan adanya kekurangan yang dimiliki warung kelontong, tidak dapat memungkinkan untuk bisa bersaing secara sehat dengan toko besar, dengan fasilitas dan kenyamanan yang dimiliki toko modern seperti Alfamart membuat konsumen lebih memilih belanja di tempat tersebut, dengan perkembangan teknologi membuat toko kelontong makin jarang dilirik masyarakat, dan alhasil, pendapatan pemilik toko kelontong pun berkurang.

Di periode modern saat ini, konsumen menjadi semakin rasional dalam mempertimbangkan tempat untuk membeli, adanya minimarket seperti Alfamart akan mempengaruhi pola perubahan belanja, banyak orang memilih berbelanja di minimarket seperti alfamart dengan berbagai alasan, misalnya minimarket tersebut memiliki fasilitas yang lengkap seperti area bermain anak, ruangan ber AC dan mesin ATM), Kini Alfamart menawarkan jasa pembayaran seperti tagihan listrik, air, telepon, TV kabel, pajak, kredit kendaraan. Meski terdapat perbedaan yang signifikan, kedua perusahaan tersebut sama-sama menjual barang kebutuhan pokok sehari-hari.

Menghadapi situasi hal tersebut eksistensi warung kelontong yang berdiri sendiri lama-kelamaan akan mengalami perubahan secara bertahap. Jumlah ini dikarnakan adanya Alfamart di wilayah Kelurahan Harapanjaya Cikaret dapat dinilai mempunyai kekuatan oleh para pedagang. Alfamart dimiliki oleh perusahaan besar, tentu saja akan menimbulkan efek dan dampak bagi warung kelontong yang berada diwilayah Kelurahan Harapanjaya Cikaret yang berdekatan dengan Alfamart khususnya di jalan Hj Sanun.

Dari hasil observasi dan wawancara yang didapat dari pemilik warung kelontong yang berdekatan dengan Alfamart, mereka semua mengeluh tentang keberadaan Alfamart meraka tentu merasakan dampak negatif akan keberadaannya, biasanya pendapatan mereka sekitar Rp 2 jt sampai Rp 3 jt dan sekarang untuk mendapatkan Rp 1 jt rasanya susah. Namun apa boleh buat warung kelontong harus bersaing dengan

Alfamart. Persaingan ini memberikan dampak negatif terhadap warung kelontong karena masyarakat saat ini lebih memperhatikan kenyamanan dan kebersihan, tentu masyarakat mulai jenuh belanja ke warung kelontong karna kurang memperhatikan kerapihan sehigga konsumen lebih senang belanja di Alfamart menjadi kawasan yang nyaman buat belanja.

Dari segi strategi bisnis antara pedagang tradisional dan modern berbeda. Pedagang toko tradisional seperti warung kelontong harus memutar kepala memikirkan barang dan menjualnya kembali ke konsumen dengan harga yang bisa dibilang biasa. Sedangkan toko modern seperti Alfamart tanpa tidak memikirkan pasokan barang yang akan dijual karena setiap bulan barang-barang yang akan dijual tetap didatangkan sehingga perputaran perdagangan tidak terputus dan untuk persedian tetap terjaga. Penelitian ini ingin mengetahui kelangsungan usaha warung kelontong dengan keberadaan Alfamart. Apakah dengan adanya minimarket seperti Alfamart usaha warung kelontong akan tetap berjalan dengan baik atau warung kelontong tersebut gulung tikar (bangkrut).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, ,maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana Dampak Positif dan Negatif Alfamart di Kelurahan Harapanjaya Cikaret ?
2. Apa saja upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha warung kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Bagaiman Dampak Positif dan Negatif AlFamart di Kelurahan Harapanjaya Cikaret
2. Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian persaingan usaha

Menurut Marbun (2003) Persaingan usaha atau bisnis adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan adalah suatu persaingan yang dilakukan oleh seseorang atau sekolompok orang tertentu untuk mendapatkan kemenangan atau hasil secara kompetitif, seperti kamus besar Bahasa Indonesia. Persaingan ini terdiri dari berbagai bentuk, baik harga, iklan dan promosi penjualan, kualitas variasi, kemasan, desain, dan pasar segmentasi.

Persaingan dalam dunia bisnis dan ekonomi adalah suatu keharusan. Persaingan usaha menentukan strategi bersaing, apakah cara bersainganya dilakukan secara sehat atau saling mematikan. Persaingan usaha terkait dengan beberapa harga yang ditawarkan dan beberapa pilihan ketersediaan. Kedua faktor tersebut akan berdampak pada tingkat keselamatan konsumen atau penduduk. Akibatnya, salah satu tujuan utama bisnis (persaingan) adalah meningkatkan persepsi publik dengan meningkatkan keamanan konsumen dan produk dan persaingan merupakan tanggapan terbesar yang harus dihadapi sebagaian besar di tahun-tahun yang akan datang, dimana tingkat persaingan terus meningkat.

2.1.2 Pengertian Pasar Modern

Tempat dimana aktivitas jual beli terjadi tanpa adanya tawar menawar dengan kata lain harga yang ditawarkan pasar modern adalah proses pembelanjaan yang cukup baik dan sistem pelayanan yang mandiri, jika di bandingkan dengan pasar

tradisional karna pasar modern mengutamakan kenyamanan konsumen saat melakukan pembelanjaan dan dalam sistem harga tidak ada tawar menawar, pasar yang disusun secara modern baik itu dari sisi luar ataupun sisi dari dalam.

PT Sumber Alfaria Trijaya (SAT) atau Alfamart merupakan perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagaan umum dan jasa eceran yang membutuhkan kebutuhan poko atau kebutuhan sehari-hari. Alfamart dimiliki oleh masyarakat luar dengan cara kemitraan perusahaan ini didirikan pada 27 juni 1999. Pada saat berdiri perusahaan bersama PT alfamart Retailindo Tbk, dengan saham sebesar 51 % dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49 %. Toko pertama di buka dengan nam Alfa Minimarket pada tanggal 18 oktober 1999 berlokasi di Jl. Beringin Raya, karawaci Tanggerang. Pada tanggal 1 Januari 2003 berubah nama menjadi Alfamart. Visi daro alfamart adalah menjadi jaringan distribusi ritel terbuka yang dimiliki masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen serta mampu bersaing sevara global sedangkan untuk misinya adalah untuk memberikan kepuasan pada pelanggan atau konsumen pada produk dan pelayanan yang berkualitas terbaik, selalu melakukan tingkah laku dan etika bisnis yang tertinggi, ikut berpartisipasi menumbuh kembangkan jiwa wiraswasra kemitraan usaha dan membangun organisasi global yang terpercaya. Untuk budaya yang dijunjung dalam bekerja adalah Integritas yang tinggi, Inovasi untuk kemajuan, Kualitas & Produktifitas yang tertinggi dan kerjasama tim. Yang menjadi targel alfamatr adalah area gedung perkantoran dan perumahan, sedangkan motto alfamart adalah “belanja puas harga pas”

2.1.3 Pengertian Pasar Tradisional

Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelolah oleh pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negera dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimilik atau dikelolah oleh pedagang kecil, menengah, swalaya masyarakat atau kopersasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli secara langsung dan bisa melakukan tawar menawar. Warung kelontong tersebut ada yang menjual kebutuhan sehari-hari, perlengkapan mandi, makanan ,minuman, sayuran dan buah-buahan. Biasanya warung tersebut berada di lokasi yang berdekatan dengan masyarakat atau perdesaan.

Berdasarkan Undang Undang nomor 20 tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. Atau secara kriteria menurut undang-undang tersebut usaha kecil dan menengah mempunyai minimal kekayaan bersih Rp 50.000.000,- . Usaha kecil dan menengah yang banyak dijalani oleh masyarakat adalah diantaranya usaha ritel. Usaha ritel disini salah satunya adalah warung kelontong atau usaha penjualan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Warung kelontong merupakan warung yang menjual kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari. Ada sedikit konsumen yang membeli dari warung kelontong kemudian menjualnya kembali ketoko yang lebih kecil. Usaha ritel menjual barang secara eceran dan tradisional, dikelola langsung oleh pemilik warung kelontong. Pengelolaan sistem warung kelontong akan terjadi dalam segi keuangan, persediaan barang dagangan, dan strategi penjualannya yang masih murah.

2.1.4 Pengertian Dampak Sosial Ekonomi

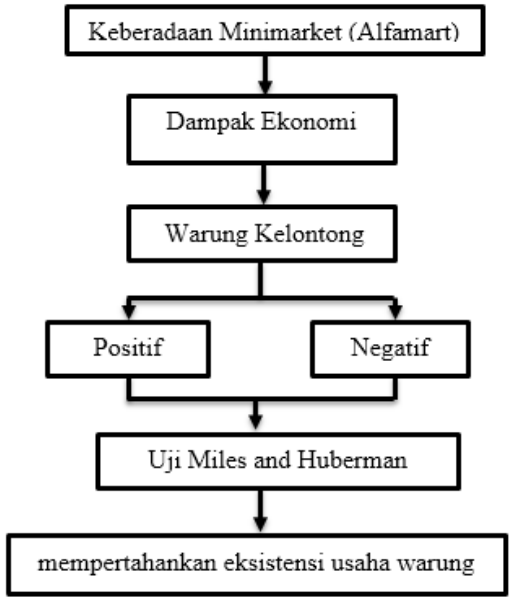
Dampak merupakan pengaruh yang dapat terjadi karena suatu akibat (positif atau negatif) memiliki makna yakni pengaruh suatu pelaksanaan terhadap kondisi perekonomian di suatu negara. Dampak merupakan perubahan dilingkungan karena adanya aktivitas manusia (Suratmo 2004:24).

Secara etimologis dampak berarti pelanggaran, akibat dampak sosial dapat diklasifikasikan sebagai pelanggaran sosial, tubrukan sosial, atau goncangan sosial. Artinya dalam suatu situasi sosial tertentu dapat terjadi pelanggaran-pelanggaran, tubrukan-tubrukan, atau bahkan benturan-benturan. Petistiwa sosial tersebut menyangkut kejadian-kejadian yang berkaitan dengan hubungan pribadi dengan kelompok lainnya. Dalam istilah sosiologi, hubungan hubungan tersebut diatas dikenal dengan istilah interaksi sosial.

Adapun dampak sosial yang muncul disebabkan oleh adanya aktifitas seperti persaingan usaha yang diterapkan pada warung kecil. Pengaruh tersebut terlihat dalam dua aspek, yaitu aspek sosial dan aspek ekonomi. Dalam aspek sosial dampak dari usaha warung kelontong yaitu, adanya peningkatan kebutuhan hidup, serta adanya persaingan yang menimbulkan dampak positif bagi peningkatan kualitas barang dan inovasi produk. Sedangkan dalam aspek ekonomi dampak dari usaha warung kelontong yaitu, meningkatnya pendapatan pada pedangan warung kelontong. Hal ini tentu dapat memberikan pengaruh pada keseimbangan sistem persaingan usaha baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif.

2.2 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini kerangka berpikir dapat menggambarkan dengan bagan berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, dimana penelitian ini bersifat deskriptif sedangkan pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab pada penelitian ini.

3.2 Lokasi dan Waktu

Kegiatan dalam penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan dan terhitung Desember 2020 sampai Februari 2021 dianggap cukup untuk mengumpulkan data-

data yang diperlukan meliputi persianpan dan pelaksanaan.

Adapun seluruh rangkaian penelitian dilakukan di warung kelontong disekitar wilayah Kelurahaan Harapanjaya Cikaret, khususnya di Jl Hj Sanun.

3.3 Objek penelitian

Objek penelitian mengacu pada permasalahan yang sedang diselidiki dalam penelitian ini adalah para pemilik toko kecil seperti warung kelontong yang ada di Kelurahan Harapanjaya Kecamatan Cibinong Bogor khususnya di jl. H sanun dan konsumen yang berbelanja di Alfamart di Wilayah Harapanjaya Cikaret.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif adalah Miles and Huberman. Proses analisis data penelitian ini antara lain sebagi berikut:

1. Reduksi data
   Peneliti kegiatan menyeleksi memilah-milah data dan memberi kode, menentukan fokus pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Data yang dihasilkan akan memberikan informasi yang lebih detail dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data tambahan.
2. Menyajikan Data
   Data sedang dikumpulkan oleh penulis. Menampilkan data secara grafis dan semantik dapat dilakukan selama penelitian. Dengan mengirimkan data, Anda akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan terus bekerja berdasarkan apa yang telah anda pelajari.
3. Penarikan Kesimpulan
   Kesimpulan ini menjadi informasi yang bisa disajikan dalam laporan penelitian dan ditempatkan dibagian penutup. Yakni pada bagian kesimpulan, sehingga para pembaca laporan penelitian juga bisa menemukan kesimpulan tersebut. Proses menarik kesimpulan baru bisa dilakukan ketika semua data yang variatif disederhanakan, disusun atau ditampilkan dengan memakai media tertentu, baru kemudian bisa dipahami dengan mudah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kelurahan Harapanjaya Cikaret memiliki luas wilayah 264.821,000000 ha, yang memiliki jumlah penduduk. Kelurahan Harapanjaya berdasarkan jenis Kelamin, yaitu 12.384 jiwa laki-laki dan 12.140 jiwa perempuan, dan terdapat 5.4788 kepala keluarga (KK). Batas wilayah Kelurahan Harapanjaya yaitu:

a. Sebelah Utara berbatasa dengan : Kelurahan Kalibaru
b. Sebelah Selatan berbatasan dengan : Kelurahan Tengah
c. Sebelah Timur Berbatasan dengan : Kelurahan Pabuaran
d. Sebelah Barat Berbatasan dengan : Kelurahan Pondok rajeg

4.1.2 Penduduk dan Tenaga

Data penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan, meskipun perbedaan jumlah tersebut tidak signifikan. Ada sekitar 12,384 jiwa penduduk laki-laki dan 12,140 jiwa penduduk perempuan. Data penduduk Usia 0-4 tahun cukup banyak yaitu sebanyak 4,317 Jiwa sedangkan penduduk usia produktif mencapai 10,971 jiwa (30,30 %). Jumlah penduduk usia lanjut (65 tahun atau lebih) di Kelurahan Harapanjaya mencapai 606 jiwa. Dari jumlah tersebut bahwa penduduk usia produktif di Kelurahan Harapanjaya Cikaret lebih banyak dibandingkan dengan penduduk usia tidak Produktif.

4.1.3 Gambaran Umum Pemilik Warung kelontong.

Warung kelontong adalah toko kecil yang menjual kebutuhan sehari-hari dan terletak di dekat perumahan atau lokasi umum lainnya, sehingga banyak orang dapat mengaksesnya dengan lebih mudah. Sembako, di sisi lain, dalam peraturan menteri perdagangan no. 27/2017 bahwa satu kata dari frasa "semibilan pokok kebutuhan sehari-hari yaitu beras, jagung, kedelai, gula, minyak goreng, bawang merah, daging sapi, daging ayam dan telur ayam. Warung kelontong merupakan pertama kali yang melayani kebutuhan masyarakat sebelum *minimarket*.

Beberapa informasi untuk mengetahui lebih dalam mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di wilayah Kelurahan Harapanjaya Cikaret. Dengan menggunakan indikator tertentu selama proses pengumpulan informasi, yang didasarkan pada berbagai kriteria seperti lama usaha, kota asal, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan toko kelontong menjadi mata percarian utama.

1. Usia dan Lama Usaha

Dalam data wawancara usia rata-rata para informan berusia 43 tahun atau telah masuk kedalam usia angkatan kerja. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang beusia 15-64 tahun. Dimana usia tertinggi informan yaitu 65 tahun dan usia terendah 43 tahun. Tidak melebihi usia informan atau diatas 65 tahun. Berdasarkan dari hasil wawancara kepada para pemilik warung kelontong ada beberapa masyarakat yang membuka usahanya yang baru berjalan beberapa tahun, ada juga yang sudah lama membuka usaha warung kelontongnya. Dari data yang di kumpulkan untuk lama usaha di atas 8 tahun terdapat 3 warung. Hal ini membutikan bahwa masih banyak masyarakat yang membuka warung kelontong di wilayah Harapanjaya.

2. Kota Asal Pemilik Warung Kelontong

Para informan ada yang berasal dari luar kota saat ini menetap dan tinggal di Cibinong Bogor. Mereka menyatakan bahwa sejak lama telah bertaruh garis hidup sehingga memutuskan untuk mencari nafkah dan tinggal di Cibinong Bogor.

3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir Warung Kelontong Tanpa melihat latar belakang pendidikan para informan bisa membuka usaha warung kelontong harus memiliki modal. Artinya warung kelontong tidak membatasi tingkat pendidikan yang harus dimiliki maupun pendidikannya tinggi ataupun rendah itu sama saja. Bahkan untuk para pekerja tidak banyak yang memiliki pendidikan yang tinggi.

4. Pengalaman Menjadi Pemilik Warung Kelontong

Beberapa informan menyatakan bahwa sebelumnya usaha mereka ini adalah usaha turun menurun dari keluarga. Dan ada juga informan yang membuka sendiri warung kelontongnya dengan menggunakan modal dan kemampuan seadanya

5. Pekerjaan Utama

Banyak masyarakat yang menjadikan warung kelontong ini menjadi mata pencaharian atau sumber pekerjaan yang menjadi pokok penghidupan utama. Namun tentu tidak jarang warung kelontong menjadi usaha sampingan bagi mereka yang ingin menambah penghasilan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Dampak Ekonomi Keberadaan Alfamart Terhadap Usaha Warung Kelontong dan Apa Saja Upaya Warung Kelontong untuk Menjaga Eksistensi Usahanya

a. Subjek 1 pemilik warung Kelontong Bapak Udin : Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan subjek 1 Bapak Udin pemilik warung kelontong yang berdekatan dengan Alfamart menunjukan bahwa beliau tidak setuju dengan kehadiran Alfamart membuat konsumen yang dulunya sering belanja diwarung saya sekarang pindah belanja ke Alfamart. Sehingga omset dan pendapatan warung saya menurun. Penurunan cukup banyak kak bisa 25-50 %, sebelum adanya Alfamart biasanya mendapatkan Rp 3.000.0000 perhari, sekarang untuk mendapatkan Rp 1.000.000 aja susah banget. Untung saja saya berjualan di rumah sendiri, jika ngontrak mungkin pendapatan saya abis untuk membayar sewa ruko. Barang yang saya jual untuk saat ini tidak banyak dikarnakan takut kedaluarsa.Bapak udin hanya berjualan seperti biasanya, dan mengikuti arus pasar yang ada dan tidak ada strategi pemasaran baru dalam kegiatan usahanya.

b. Subjek 2 pemilik Warung Kelontong Pak Edi: Berdasarkan hasil survey subjek 2 yang dilakukan oleh Bapak Edi, pemilik Warung Kelontong, diketahui bahwa Bapak Edi kurang berkenan dengan adanya Alfamart yang berdeketan dengan warungnya sehingga banyak pelanggan berbondong-bondong belanja ke Alfamart. Pendapatan Bapak Edi pun juga ikut menurun bila di bandingkan dengan sebelum. Pemasukannya tidak cukup signifikan sekitar 25% dari sebelum adanya Alfamart. Adapun sisi positifnya menciptakan lapangan pekerjaan bagi para anak muda yang sedang menganggur atau tidak memiliki pekerjaan dan untuk mempertahankan eksistensi warungnya Pak Edi memakai etalase untuk menata barang-barang agar terlihat rapih, menarik pelanggan.

c. Subjek 3 Pemilik Warung Kelontong Pak Aldi: Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek 3, Bapak Aldi pemilik warung kelontong menunjukan bahwa setuju dengan keberadaan Alfamart yang berdekatan dengan warung milik pak Aldi, karena menurut Bapak Aldi toko modern seperti Alfamart tidak boleh dijadikan saingan, melaikan dijadikan tolak ukur bagi pemilik warung. Cara mempertahankan operasionalnya agar konsumen tetap memiliki permintaaan dan untuk mempertahankan pelanggan dengan meneta tata letak barang dalam kotak kaca, untuk memberikan diskon pada pelanggan dalam jumalah besar dan untuk mempertahan eksistensi usahanya memperbanyak barang dagangannya dan bersikap ramah pada konsumen."

d. Subjek 4 Pemilik Warung Kelontong Ibu Lutfi: Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek 4, Ibu Lutfi pemilik warung kelontong yang berdekatan dengan Alfamart menunjukan bahwa Ibu Lutfi biasa aja karena menurut beliau antara warung kelontong dan toko modern seperti Alfamart sama-sama mencari nafkah dengan berdangan. Ibu Lutfi khawatir pembelinya akan beralih ke Alfamart namun seiringnya berjalan waktu Ibu lutfi berpikir bahwa setiap orang memiliki mata pencarian mereka sendiri tidak akan ketukar. Menurut Ibu Lutfi dengan adanya Alfamart yang berada disamping warung kecil ada efek positif dan negatifnya, sedangkan efek negatifnya pendapatan nya menjadi mengurang sementara efek positifnya memudahkan masyarakan berbelanja dengan fasilitas modern dan terbaik. Untuk mempertahankan eksistensinya bersikap ramah, tidak ada

strategi yang digunakan yang penting masih ada yang beli ke warung saya juga sudah bersyukur.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Dampak Positif dan Negatif Adanya Alfamart Terhadap Warung Kelontong di Kelurahan Harapanjaya Cikaret

Alfamart tidak dapat dipungkiri sudah menjadi pesaing bagi warung kecil. Keberadaan Alfamart memang berdampak pada usaha warung kecil disekitarnya. Semakin banyak konsumen yang tertarik belanja di Alfamart maka akan berpengaruh dengan jumlah kosumen pada warung kelontong, hal ini akan berpengaruh kondisi ekonomi dan keuangan milik pedagang warung tersebut.

Para pedangan warung kelontong hanya bisa pasrah oleh keadaan. Berusaha dan gagal, akan jauh lebih melegakan dari pada pasrah melihat keadaan diri yang hanya berpangku tangan tanpa kemajuan apapun, mereka akan berusaha meningkatan kualitas usahanya walaupun banyak warung kelontong sudah tidak beroperasi lagi.

Meningkatnya Alfamart di Kelurahan Harapanjaya Cikaret telah menyerang warung kelontong disekitarnya, dengan adanya Alfamart yang bersebelahan dengan warung kelontong membuat masyarakat lebih senang belanja ke Alfamart dibandingkan belanja di warung kelontong dikarenakan Alfamart memiliki fasilitas yang cukup baik dan kualitasnya terjamin, tempatnya bersih ruangan nya berAC. Alfamart juga selalu melakukan promo, diskon yang menarik membuat masyarakat senang belanja di Alfamart. Tetapi masyarakat juga mengalami dampak positifnya terhadap keberadaan Alfamart, hingga saat ini Alfamart telah dikenal sebagai minimarket dengan penawaran harga yang terjangkau. Tentu sangat menguntungkan warga sebagai konsumen, karena mereka dapat menikmati perbandingan harga yang beragam dan kompetitif.

4.3.2 Apa saja upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha warung kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya

Untuk menjaga eksistensi usaha warung kelontong lokasi berada jauh dari pemukiman atau tempat sepi, dengan lokasi yang berada di dekat atau bahkan diarea pemukiman ramai, tentu bisa dibayangkan bagaimana jumlah pelanggan yang akan datang. Membuka usaha toko kelontong memang tak lepas dari persaingan. Mengingat memang bisnis ini cukup menjanjikan, sehingga banyak orang yang tertarik mencobanya.

Dampak keberadaan, Alfamart bisa menerapkan taktik dan manajemen dagang yang tak mampu dilakukan oleh pedagang warung kelontong, mulai asal promosi, fasilitas yang menyampaikan ketenangan pada konsumen, distribution center sendiri, sampai diskon besar-besaran terhadap suatu barang. Bahkan, warga banyak menilai pergi ke Minimarket bukan hanya bertujuan buat melakukan transaksi jual beli melainkan menjadi ajang rekreasi famili. sebagai akibatnya hal ini memunculkan pola yang baru pada rakyat dalam hal berbelanja. Persaingan tidak seimbang yang terjadi antara pedagang kelontong dengan minimarket kerap membawa implikasi sosial, karena tersisihnya para pedagang serta membawa konsekuensi terhadap hilangnya mata pencaharian sebagian penduduk. Selain tidak seimbangnya kemampuan dalam hal kapital serta modal, wajib diperhatikan pula contoh pengelolaan pada toko kelontong, dimana sampai saat ini masih terjebak pada contoh pengelolaan yang masih jauh dari upaya memperlihatkan model yang bisa lebih menarik konsumen.

Penelitian yang dilakukan di Kelurahan Harapanjaya mengenai akibat eksistensi Alfamart terhadap Kelangsungan usaha warung kelontong. memiliki akibat yang

sama dari beberapa hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu sejak hadirnya Alfamart membawa dampak yang cukup berfokus berupa akibat negatif terhadap kelangsungan usaha para pedagang. Jumlah pelanggan sangat mempengaruhi laba seorang pedagang. sehabis adanya Alfamart, pedagang merasa dirugikan disebabkan pelanggan mereka banyak yang beralih ke Alfamart. Hal ini pada tunjukkan oleh berkurangnya daya beli konsumen dan penurunan pendapatan tiap tahunnya, dan ada beberapa pedagang yang tidak berdampak negatif tapi tetap saja mengalami penurunan omset pada perjuangan mereka.

Berbagai usaha dilakukan oleh para pedagang warng kelontong agar dapat kembali menaikkan omsetnya. Cara yang dilakukan responden dalam menaikkan omset yaitu dengan cara:

a. Melengkapi jenis barang. Responden juga merasakan bahwa sakah satu penyebab berkurangnya pembeli yang belanja ke toko atau warung mereka adalah karena jenis barang yang dijual tidak lengkap jika dibandingkan barang yang di jual Alfamart. Pedagang warumg kelontong berusaha menambah jumlah barang mereka namun pedagang terkendala dengan kekurangan modal dikarenakan jumlah oembeli berkurang sehingga tidak ada perputaran uang tunai dan modal juga berkurang.
b. Buka 24 jam. Sebagian besar responden saat ini buka lebih lama, mereka berharap jika membuka 24 jam hasil yang diperoleh bisa lebih besar.
c. Membuat harga bersaing. Harga yang ditawarkan pedagang warung kelontong tentu sudah kalah bersaing dengan Alfamart. Karena warung kelontong mendapatkan barangnya dari grosir dan untuk Alfamart mendapatkan barangnya langsung dari distributor. Namun mereka mengaku tetap berusaha menjual barang dengan harga bersaing dengan Alfamart walaupun untung yang diperoleh sedikit. Berharap perputaran modalnya lebih cepat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian menunjukan bahwa Keberadaan Alfamart di Kelurahan Harapanjaya Cikaret khususnya di jalan H. Sanun membawa dampak positif dan negatif bagi masyarakat.
   a. Dampak negatifnya yang dirasakan oleh para pedangang warung kelontong yang merasa tersisihkan karena keberadaan Alfamart yang menjual harga membanting harga hampir setiap hari dan melakukan promosi besar-besaran membuat warung kecil seperti warung kelontong banyak kehilangan pelanggannya karena mereka memilih belanja di Alfamart, berkurangnya omset pada warung kelontong menyebabkan peluang yang semakin membebani bagi warung kelontong untuk berkembang dan memaksimalkan keuntungannya. Dari usaha tersebut menjadi tolak ukur mata pencarian utama untuk memenuhi kebutuhan keluarga.
   b. Dampak positifnya adalah dengan adanya toko modern seperti Alfamart dapat memudahkan masyarakat untuk berbelanja karna lokasinya tidak terlalu jauh dari rumah hal ini jangan menganggap toko lain sebagai pesaing. Keberadaan Alfamart dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang belum memiliki pekerjaan, sehingga dapat membantu ekonomi keluarga mereka. Hal lain agar warung kelontong dapat

meningkatkan persaingan dengan Alfamart meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih ramah dan penciptaan suasana kekeluargaan antar tetangga jika sambil berbincang-bincang bersama bisa menyambung tali silaturahmi dengan baik, Alfamart memiliki fasilitas yang baik, lingkungan yang bersih, barang-barang yang tersusun rapih membuat pelanggan warung kelontong beralih belanja ke Alfamart.

2 Hasil Penelitian menunjukan bahwa Apa saja upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha warung kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya. Membangun, bangkit atau mempertahankan eksistensi toko kelontong memang bukan hal yang mudah. Namun jika Anda melakukannya dengan penuh kesabaran, ketekunan dan penuh usaha pasti akan mendapatkan hasil yang terbaik, upaya yang dilakukan oleh para pemilik usaha warung kelontong masih sangat kecil bahkan belum ada upaya yang signifikan dalam upaya mempertahankan eksistensi usahanya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang kemukakan dalam penelitian ini saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk para pedagang warung kelontong dengan keberadaan toko modern seperti Alfamart, sebaiknya lebih berani melakukan perbaikan pelayanan dan pengaturan display barang di toko supaya lebih menarik konsumen.
2. Pemerintah seharusnya lebih memperhatikan lagi tentang suatu perijinan pendirian toko modern seperti Alfamart, agar keberadaannya saling membutuhkan dan menguntungkan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat, 14(1), 31-41.

Fauzy, A. (2017). Baseline Pasar Sejahtera Pasar Karangwaru Yogyakarta. Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, 2(02), 83-89.

Hadi, S. (2019). Dampak Minimarket (Alfamart dan Indomaret) Terhadap Tingkat Pengeluaran dan Pola Konsumsi Masyarakat di Kecamatan Kertak Hanyar. JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan, 1(2).

Irawati, R. (2018). Pengaruh pelatihan dan pembinaan terhadap pengembangan usaha kecil. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 12(1), 74-84.

Lathifah, M., Yuniastuti, T., & Adianti, I. (2018). Perancangan Kembali Pasar Tradisional Mangiran Di Kecamatan Srandakan Bantul Penekanan Pada Konsep Desain Arsitektur Hijau. JURNAL ARSITEKTUR PENDAPA, 1(2), 38-46.

Novita, C. (2018). Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir Di Desa Hessa Air Genting Kec. Air Batu Kab. Asahan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Meddan).

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 th. 2007

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Putri, R. N. (2019). Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Keberlangsungan Usaha Pedagang Warung Kelontong Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo Tahun 2018 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Rangkuti, M. (2018). Pengaruh Kehadiran Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Warung Tradisional di Kota Padangsidimpuan. Jurnal ESTUPRO, 3(2), 54-65.

Riska, R. (2017). Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam (Studi di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Rizqiawan, H., & Prihantono, D. (2020). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan Pada Modern Retail Minimarket Dengan Toko Kelontong Di Kota Surabaya. Jurnal Manejerial Bisnis, 3(3).

Rusno. (2008). Dampak pesatnya minimarket waralaba terhadap usaha kecil (jenis ritel). MODERNISAS, 4(3), 194-207.

Sandi, S. P. H., & Maemunah, M. (2020). Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang. BUANA ILMU, 5(1), 137-146.

Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pedagang pasar pasca relokasi. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB), 6(1), 1-14.

Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap pengambilan keputusan menginap di The Sun Hotel Madiun. Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan, 2(1), 13-21.

Susilo, A. (2010). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha RitelKoperasi/Waserda dan Pasar Tradisional. Jurnal Sosial dan Budaya, 3(2).

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

WEBSITE :

https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-pasar/

https://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112

https://steemit.com/indonesia/@aishatigerlady/keunggulan-dan-kekurangan-berbelanja-di-minimarket

https://www.alfamart.co.id

https://www.kompasiana.com/

https://www.liputan6.com/news/read/4578255/transformasi-toko-kelontong-dulu-dan-sekarang

https://www.ruangguru.com/blog/dampak-pasar-bebas-terhadap-indonesia

https://idcloudhost.com/pasar-modern-pengertian-ciri-ciri-kelebihan-dan-kekurangannya/amp/

https://text-id.123dok.com/document/8ydv1v4ly-definisi-minimarket-sejarah-minimarket.html

http://p2k.unkris.ac.id/id3/3065-2962/Pasar-Swalayan-Supermarket_83781_unusa_p2k-unkris.html

https://penerbitdeepublish.com/subjek-penelitian/

https://www.duniadosen.com/macam-macam-analisis-data-kualitatif