

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Persepsi dan Dampak Eksistensi Indomaret Terhadap Warung Tradisional Di Kabupaten Halmahera Barat

Anita Dilly¹, Yuni Sara Raffane², Hendriane Namotemo³

Universitas Hein Namotemo

e-mail : dilly.anita@gmail.com

Abstract.

This study aims to determine the perception and impact of the existence of Indomaret on traditional stalls in West Halmahera Regency. This research is a qualitative research. The data in this study were obtained from research informants, namely traditional stall businesses in West Halmahera Regency who have businesses close to the existence of Indomaret. The results showed that the existence of Indomaret formed perceptions for traditional stall businesses and consumers, both negative and positive perceptions. The negative perception of traditional stall business actors occurs due to the impact caused by the existence of Indomaret, namely reduced customers and decreased income. On the other hand, the presence of Indomaret has a positive impact on traditional stall businesses in making it easier for them to meet their personal needs, stock up on goods, and to improve better service. The perception of the existence of Indomaret in the minds of consumers is formed through the price strategy offered by Indomaret so that it can determine consumer decisions to shop at Indomaret. Another impact of the existence of Indomaret on traditional stalls is seen in price competition, service, customers, income, as well as product variety and quality. Traditional stall businesses implement business strategies, namely selling more diverse products, selling retail products and improving service to customers to increase profits and attract customers.

Keywords:

Perception; Impact; Traditionalstall; Indomaret; Existence.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, pergeseran zaman yang semakin modern seiring pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu faktor terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat. Perubahan gaya hidup yang dimaksud adalah tuntutan terhadap kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah kemudahan dalam berbelanja. Hal ini semakin diperkuat dengan kemunculan bisnis ritel di Indonesia, baik

ritel tradisional maupun ritel modern untuk memenuhi kebutuhan berbelanja masyarakat [6]. Indomaret sebagai salah satu bisnis ritel yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja kebutuhan kini eksis ditengah-tengah masyarakat.

Indomaret merupakan bisnis ritel yang berbentuk badan usaha yang dikelola dengan sistem perkulakan, yakni barang yang akan dijual didapatkan dari PT. Indomarko sehingga barang akan selalu ada artinya

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

bahwa tidak tergantung pada modal usaha [12]. Kemajuan Indomaret sebagai industri dan bisnis ini terbilang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah gerai indomaret di seluruh Indonesia hingga sekarang ini sudah mencapai 4.110 gerai yang terdiri dari 2.374 berformat reguler dan 1.783 gerai yang berformat waralaba [12].

Kemunculan Indomaret memberi pengaruh terhadap peningkatan pendapatan ekonomi, sehingga berpeluang terjadinya persaingan antara Indomaret dan warung tradisional baik itu dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Karena itu, pemerintah perlu mengambil tindakan cepat untuk memproteksi semaksimal mungkin anacaman pertumbuhan pasar modern terhadap warung tradisional oleh karena menjamurnya pertumbuhan pasar modern (Indomaret) belakangan ini [12].

Kemunculan gerai Indomaret tidak selalu membawa keuntungan dalam perubahan pertumbuhan ekonomi atau kebaikan kepada semua kalangan masyarakat seperti konsumen maupun pedagang warung tradisional. Keberadaan Indomaret justru menimbulkan persaingan dengan para pelaku usaha warung tradisional baik itu dari segi harga maupun kualitas merek sehingga muncul berbagai persepsi dan pandangan dari berbagai pihak. Menurut [11], persepsi menuntun dan mengarahkan masyarakat dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap untuk menentukan sebuah keputusan. Persepsi memiliki peranan penting dalam menentukan perilaku masyarakat untuk menentukan pilihan berbelanja apalagi keberadaan Indomaret memunculkan persaingan dengan warung tradisional.

Dari observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada salah satu pedagang

warung tradisional di Desa Porniti, Kecamatan Jailolo, Kabupaten Halmahera Barat terdapat informasi bahwa kehadiran Indomaret membuat usaha warung tradisional mengalami penurunan dikarenakan masyarakat sekitar lebih memilih berbelanja di Indomaret dari pada warung tradisional. Hal ini dikarenakan Indomaret memiliki strategi dalam menarik konsumen. Di sisi lain, beberapa masyarakat menganggap bahwa kehadiran Indomaret memberi dampak positif karena memberikan kemudahan dalam berbelanja.

Dilihat dari mobilitas dan kebutuhan masyarakat saat ini, maka Indomaret memiliki strategi dalam penjualan untuk menarik masyarakat dengan memberikan rasa nyaman dan menawarkan harga hemat (promo). Hal ini membuat pedagang warung tradisional merasa tersaingi dalam penjualan dan pendapatan mereka [7]. Lebih lanjut, kehadiran pasar modern (Indomaret) tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang warung tradisional. Tidak menutup kemungkinan, kondisi tersebut menimbulkan kecemburuan sosial diantara para pelaku perdagangan warung tradisional [4]. Hal ini mempengaruhi persepsi dan berdampak bagi para pedagang warung tradisional yang berada di Halmahera Barat.

Gerai Indomaret resmi beroperasi di Halmahera Barat pada bulan oktober 2021 dan memiliki 15 gerai di beberapa desa. Gerai Indomaret yang pertama dibangun di Desa Acango. Selanjutnya dalam waktu yang cukup singkat, saat ini gerai Indomaret telah berada di berbagai wilayah kecamatan seperti kecamatan Ibu, Jailolo Selatan, sahu dan sekitarnya. Kehadiran Indomaret membuat konsumen tertarik pada pelayanan yang disediakan dan memberi dampak pada pelaku usaha warung tradisional disekitarnya.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Keberadaan Indomaret ini kemudian membentuk persepsi ditengah masyarakat dalam menentukan pilihan berbelanja.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian tentang “Persepsi dan Dampak Eksistensi Indomaret terhadap Warung Tradisional di Halmahera Barat” penting untuk dilakukan.

KERANGKA TEORITIS

[20] menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang memungkinkan seseorang mengorganisir informasi dan mengimplementasikan kesan terhadap lingkungan sekitarnya. Persepsi terjadi melalui suatu proses dimulai ketika dorongan diterima melalui sebuah pemahaman karena adanya dorongan yang kemudian disaring, diorganisir dan diinterpretasikan. [19] menyatakan bahwa persepsi adalah gambaran seseorang tentang suatu objek yang menjadi fokus permasalahan yang sedang dihadapi. Persepsi dimulai dengan paparan dan perhatian konsumen terhadap stimuli pemasaran dan diakhiri dengan interpretasi konsumen [10]. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan gambaran pengalaman suatu objek tentang peristiwa dengan menyimpulkan dan menafsirkan informasi.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi muncul dari dalam diri masing-masing dan tidak terjadi begitu saja melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor. [18] menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi dibagi menjadi tiga yaitu pertama, faktor internal (dalam diri seseorang) yaitu tentang apa yang dilihat seseorang dapat mempengaruhi sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman dan harapan.

Kedua, faktor sasaran berupa orang, benda atau peristiwa. Ketiga, faktor stimulus. Ketiga faktor ini membentuk persepsi seseorang untuk menentukan sebuah pilihan dan mengimplementasikannya dalam bentuk perilaku. Hal ini sejalan dengan pendapat [8] yang menjelaskan bahwa proses persepsi dimulai dari stimulus yang berasal dari dalam diri masing-masing orang, sehingga penafsiran stimulus pada akhirnya membentuk terjadinya persepsi. Demikian halnya juga proses persepsi yang terjadi ditengah masyarakat dan dampak yang dirasakan pelaku usaha warung tradisional oleh karena eksistensi Indomaret di Kabupaten Halmahera Barat.

Indomaret

Sinaga dalam [3] mengungkapkan bahwa pasar modern (Indomaret) adalah pasar yang dikelola dengan modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik pada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Indomaret menjual berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dan memberikan informasi disetiap produk baik dari segi harga, merek, ukuran dan jenis produk agar memudahkan masyarakat didalam menentukan produk yang akan dibeli. Pasar modern memiliki keunggulan dan kelemahan [13]. Keunggulan pasar modern diantaranya : 1). menyediakan lingkungan berbelanja yang lebih nyaman, bersih dengan jam buka yang lebih panjang, dan menawarkan aneka pilihan pembayaran seperti tunai atau kartu kredit; 2). barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam, selain menjual barang lokal, pasar moderen juga menjual barang impor; 3). barang yang dijual memiliki kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

penyeleksian yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan akan di tolak; 4). dari segi kuantitas, pasar modern memiliki barang yang terukur; dan 5). pasar modern dikelola oleh pihak profesional dengan strategi manajemen pemasaran yang baik.

Lebih lanjut [13] menjelaskan pasar modern memiliki kelemahan yaitu 1). praktik jual belinya dimana konsumen tidak bisa melakukan tawar menawar harga barang yang hendak dibeli, karena harga telah ditetapkan; 2). dalam pasar modern penjual dan pembeli tidak berinteraksi langsung, pembeli melihat label harga yang telah tercantum dalam *barcode*, berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

Warung tradisonal

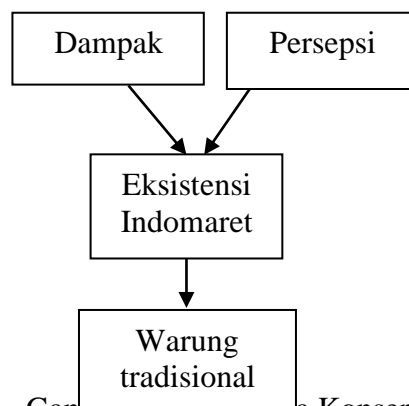
[13] mengungkapkan warung tradisonal merupakan usaha yang bentuknya relatif sederhana dengan suasana yang kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parker yang kurang memadai, kurang bersih, dan penerangan kurang baik). Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah, pembelinya

dilakukan dengan tawar menawar. Ciri-ciri warung tradisonal antara lain, pertama, dalam alam warung tradisonal tidak berlaku fungsi manajemen, dan kedua, tidak ada konsep *marketing* seperti penentuan harga berdasarkan perhitungan harga pokok ditambah keuntungan tertentu. Sama halnya dengan pasar modern, warung tradisonal memiliki keunggulan dan kelemahan. Keunggulan pasar modern [13] yakni, 1). kualitas barang tidak kalah dengan pasar modern; 2) harga lebih murah jika dibandingkan dengan pasar modern; 3). memungkinkan pembeli untuk dapat melakukan tawar menawar hingga mencapai kesepakatan.

Lebih lanjut, [13] menyatakan kelemahan warung tradisonal yaitu, 1). tempatnya kurang teratur; 2). ruangan yang sempit; dan 3). Stok barang terbatas.

Kerangka konsep penelitian

Kerangka berpikir merupakan jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan kegiatan peneliti yang dilakukan [1] Penelitian ini memiliki kerangka konsep yang dapat dilihat pada bagan berikut:



ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara mendalam terhadap informan penelitian. Informan penelitian ini adalah pelaku usaha (warung tradisional) di Kabupaten Halmahera Barat yang terdapat di 5 (lima) titik yakni di Desa Acango, Akelamo, Porniti, Akediri dan Soakonora.

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara selanjutnya dianalisis dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat simpulan untuk menjawab persoalan penelitian persepsi masyarakat dan dampak eksistensi indomaret terhadap warung tradisional di Halmahera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan penelitian ini adalah pelaku usaha warung tradisional di Kabupaten Halmahera Barat yang berada pada titik terdekat dengan lokasi Indomaret.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan informasi mengenai tanggapan para pelaku usaha warung tradisional tentang kehadiran atau eksistensi indomaret di Halmahera Barat. Terdapat tanggapan dan pandangan yang berbeda-beda tentang kehadiran Indomaret. Tanggapan tersebut menggambarkan pelaku usaha warung tradisional yang berpandangan positif terhadap eksistensi Indomaret di Halmahera Barat. Sebab, menurut para informan, dengan kehadiran Indomaret mereka dapat melihat

contoh tentang cara berjualan, cara memberikan pelayanan kepada konsumendan memudahkan mereka dalam menyetok barang. Berikut pernyataan para informan.

“Dengan adanya Indomaret dapat memudahkan saya untuk memenuhi kebutuhan dan juga bisa menyetok barang dengan mudah” (bapak PN)

“Saya sangat bersyukur karena dengan adanya Indomaret, saya bisa melihat contoh cara berjualan, melayani konsumen dengan ramah seperti yang dilakukan Indomaret” (ibu IK).

“Tidak ada masalah karena pendapatan saya juga tidak terlalu menurun.” (ibu OW).

“Pendapat saya tidak ada masalah karena orang masih berbelanja di warung saya” (ibu DM dan ibu YK).

Tanggapan dan pandangan yang berbeda dinyatakan oleh informan lain. Tanggapan tersebut berupa ketidaksetujuan terhadap kehadiran Indomaret di Kabupaten Halmahera Barat. Para informan merasa terganggu dengan kehadiran Indomaret. Hal ini disebabkan karena kehadiran Indomaret memberi dampak bagi usaha mereka yaitu menurunnya pendapatandanberkurangnya pelanggan yangberbelanja apalagi tempat usaha warung tradisional ini berdekatan dengan keberadaan Indomaret. Berikut pernyataan para informan.

“Saya cukup merasa terganggu Karena jarak yang berdekatan”(ibu IS, bapak NY dan bapak AB).

“Merasa terganggu karena merasa semenjak adanya Indomaret pendapatan saya menurun”(bapak NY dan bapak AB).

“Pendapatan berubah”(bapak KM).

“Saya merasa semenjak hadirnya Indomaret warung saya sudah kekurangan pembeli” (bapak IJ).

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Tanggapan dan pandangan yang berbeda dari para informan sebagai pelaku usaha warung tradisional erat kaitannya dengan dampak yang dirasakan terhadap usaha yang mereka jalankan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pedagang warung tradisional mengenai dampak eksistensi Indomaret yang berada di sekitar usaha mereka, terdapat informan yang berpendapat bahwa keberadaan Indomaret mempengaruhi pendapatan mereka karena konsumen lebih tertarik dengan pelayanan dan diskon yang ditawarkan oleh Indomaret. Berikut kutipan pernyataan informan.

“Pendapatan saya menurun karena orang-orang lebih tertarik dengan pelayanan dan promo-promo yang ada di Indomaret”(bapak KM, ibu YK).

“Pendapatan saya menurun, karena pembeli lebih suka berbelanja di Indomaret”(bapak IJ).

“Menurun, karena jarak dengan warung saya yang dekat”(ibu IS, bapak NY dan bapak AB).

Pandangan yang berbeda diutarakan oleh ibu IK yang menyatakan bahwa dinamika dalam dunia usaha adalah hal yang lazim terjadi sehingga informan (ibu IK) berpandangan bahwa persaingan usaha merupakan hal yang wajar. Berikut pernyataan informan.

“Tidak ada karena bagi saya untung dan tidak untung dalam usaha adalah hal biasa”(ibu IK).

Selain beberapa dampak negatif yang dirasakan oleh pelaku usaha seperti yang telah digambarkan pada bagian sebelumnya, terdapat pula dampak positif tentang eksistensi Indomaret di Halmahera Barat yang dirasakan para pelaku usaha warung tradisional. Dampak positif yang dirasakan yaitu para pelaku usaha warung tradisional

dapat melihat teknik berjualan yang dilakukan oleh Indomaret dan dapat menemukan barang di Indomaret yang tidak tersedia di warung mereka. Berikut kutipan wawancara para informan.

“Karena saya bisa melihat teknik berjualan yang dilakukan oleh Indomaret”(ibu DM).

“Saya merasa saya bisa melihat contoh pelayanan yang dilakukan dari Indomaret”(ibu YK).

“Saya juga sering mencari barang yang tidak tersedia di warung saya pada Indomaret”(bapak AB).

Selain dampak positif terhadap usaha yang dijalankan para pelaku usaha warung tradisional, kehadiran Indomaret juga memberikandampak positif bagi pelaku usaha warung tradisional dalam memenuhi kebutuhan pokok (kebutuhan pribadi) para informan, seperti kemudahan dalam transaksi pembayaran tagihan listrik, pembelian pulsa, dan kebutuhan lain. Berikut pernyataan para informan.

“Dengan adanya Indomaret juga memudahkan saya untuk dapat memenuhi kebutuhan saya seperti jasa yang mereka jual pulsa, pembayaran listrik dan lain-lain”(bapak PN).

“Saya bisa mencari barang yang ada di Indomaret untuk kebutuhan saya”(ibu DM).

“Karena saya juga sering mencari barang yang ada di Indomaret untuk kebutuhan saya”(ibu OW).

Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa eksistensi Indomaret tidak hanya memberikan dampak negatif terhadap pelaku usaha warung tradisional, tetapi juga dampak positif. Dampak-dampak yang dirasakan tersebut erat kaitannya dengan harga barang, pelayanan serta variasi kualitas produk di Indomaret.

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Harga barang pada Indomaret berbeda dengan pada warung tradisional. Meskipun harga barang pada Indomaret telah diberikan pelabelan dan tidak dapat dilakukan tawar menawar, para konsumen meminati untuk berbelanja di Indomaret. Hal ini dikarenakan Indomaret menawarkan harga-harga promo dan diskon dalam item-item produk tertentu yang dijual sehingga dapat menarik pembeli untuk berbelanja. Promo dan diskon yang ditawarkan dapat berpengaruh pada persepsi konsumen sehingga mereka beranggapan bahwa harga barang di Indomaret relatif lebih murah. Berikut pernyataan informan.

“Karena orang-orang menganggap bahwa Indomaret lebih murah padahal ada juga barang yang lebih murah di warung saya”(ibu DM).

“Orang biasanya menilai Indomaret lebih murah dari pada warung tradisional padahal kenyataannya tidak selalu begitu padahal ada beberapa barang yang lebih murah di toko saya dari pada Indomaret cuma karena Indomaret sudah dipikirkan masyarakat bahwa Indomaret itu murah” (ibu IK).

“Ada kendala karena orang-orang lebih tertarik dengan promosi dan pelayanan di Indomaret”(ibu IS).

“Orang-orang lebih suka dengan diskon yang diberikan oleh Indomaret”(bapak AB).

“Iya, karena orang-orang lebih tertarik dengan pelayanan dan promo-promo yang ada di Indomaret”(bapak KM).

Ketertarikan konsumen terhadap harga promo dan diskon ini dapat menarik konsumen untuk berbelanja di Indomaret sehingga konsumen yang berbelanja pada warung tradisional menjadi berkurang. Berkurangnya jumlah konsumen yang berbelanja di warung tradisional ini berdampak pada pendapatan pelaku usaha warung tradisional. Berikut pernyataan informan.

“Kadang-kadang mempengaruhi pendapatan karena orang-orang biasanya berbelanja karena diskon yang ditawarkan”(ibu IK).

“Iya, karena orang-orang lebih suka dengan diskon yang diberikan oleh Indomaret”(bapak AB).

“Iya, mempengaruhi, karena orang-orang lebih suka dengan promosi sehingga yang belanja di warung saya berkurang jadi pendapatan saya menurun”(ibu IS).

“Ada karena penghasilan saya menurun”(bapak KM).

Disisi lain. Terdapat informan yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh harga promo dan diskon yang ditawarkan Indomaret dengan pendapatan yang mereka peroleh. Sebab, terdapat item-item produk yang tersedia di warung tradisional yang kemudian tidak tersedia di Indomaret. Selain itu, terdapat penetapan harga di warung tradisional yang dianggap lebih murah dibanding harga barang di Indomaret. Berikut pernyataan informan.

“Tidak terlalu berkendala karena barang yang ada warung saya ada yang lebih murah dari pada di indomaret” (bapak AB).

“Dari segi promosi bisa dibiling tidak terlalu berpengaruh karena produk promo mereka dapat berupa produk yang bahkan tidak saya jual dan dari segi pelayanan tidak memberi pengaruh” (bapak PN).

Selain dari sisi harga dan pelayanan, menurunnya pendapatan pelaku usaha warung tradisional sebagai dampak eksistensi Indomaret disebabkan karena ketersediaan produk dengan variasi dan kualitas yang beragam. Para informan menyatakan bahwa produk yang disediakan Indomaret lebih beragam sehingga konsumen tertarik berbelanja di Indomaret. Berikut pernyataan para informan.

“Tentu menurun, misalnya produk indomie yang mengalami penurunan karena di

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Indomaret sendiri menjual barang-barang yang beragam dan dengan promo”.

Oleh karena pengaruh dan dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha warung tradisional karena eksistensi Indomaret, maka para pelaku usaha memiliki strategi dalam menjalankan usaha mereka. Strategi yang dilakukan para pelaku usaha warung tradisional yaitu berpikir lebih kreatif, memberikan pelayanan yang lebih baik, menyetok barang yang lebih bervariasi dan menjual barang eceran. Hal ini dilakukan agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan dapat menarik konsumen dalam berbelanja. Berikut pernyataan para informan.

“Saya berusaha memberikan pelayanan yang lebih baik dan tetap menjual produk dengan skala berbeda dengan Indomaret misalnya menjual rokok eceran”(bapak PN).

“Strategi yang saya lakukan adalah menyediakan barang yang beragam agar tidak kalah dengan Indomaret, dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Selain itu, saya bisa berpikir lebih keras untuk berkegiatan mengembangkan usaha saya agar terus berlangsung”(ibu IK dan ibu OW).

“Saya memberikan pelayanan yang baik seperti yang dilakukan Indomaret”(ibu YK, ibu NY, bapak IJ dan ibu IS).

“Saya menjual bensin, barang eceran dan melayani pembeli lebih baik lagi”(bapak KM).

“Saya masih bisa menjual barang eceran dan bisa melayani bon atau utang”(bapak AB).

Penerapan strategi yang dilakukan oleh para informan sebagai pelaku usaha warung tradisional bertujuan agar usaha yang mereka jalankan tetap bertahan. Sebab, usaha yang dijalankan oleh para pelaku usaha warung tradisional ini merupakan mata pencaharian

dan *passion* mereka dalam menjalankan usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan hidup. Berikut pernyataan para informan.

“Untuk tetap bertahan hidup atau menyambung hidup”(bapak PN).

“Karena saya suka berjualan dan menurut saya mau menurun atau tidak itu adalah hal biasa, yang penting kita bisa mencari solusi atas permasalahan itu sehingga bisa diperbaiki”(ibu IK).

“Sudah menjadi mata pencarian saya meskipun keuntungan yang didapat sudah tidak seperti sebelum ada Indomaret”(ibu IS, ibu YK, bapak IJ).

Keberadaan Indomaret membuat beberapa para pengusaha warung tradisional merasa tersaingi. Meskipun demikian, mereka menganggap bahwa persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang lazim terjadi sehingga para pelaku usaha warung tradisional memilih untuk terus menjalankan usaha sambil memperbaiki kualitas pelayanan kepada konsumen. Berikut kutipan wawancara pengusaha warung tradisional.

“Hal biasa karena kita mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing”(bapak PN).

“Karena rejeki milik masing masing orang”(ibu OW).

“Tidak apa-apa, karena memang ada beberapa barang yang tidak tersedia di di Indomaret jadi saya lihatnya begitu”(ibu IK).

“Saya terus berusaha karena di Indomaret tidak bisa menjual barang eceran seperti yang dilakukan oleh warung atau toko saya”(ibu YK).

“saya merasa tersaingi tapi dalam usaha itu sudah biasa”(ibu DM, bapak KM, bapak AB, bapak IJ).

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

“Iya, karena pembeli lebih tertarik berbelanja di Indomaret”(bapak NY).

Para Informan sebagai pelaku usaha warung tradisional berharap meskipun dengan persaingan yang terjadi, mereka dapat terus mempertahankan usahanya dan memperoleh keuntungan seperti yang mereka targetkan. Agar usaha yang mereka jalankan dapat bertahan, para pelaku usaha warung tradisional terus berupaya memperbaiki kualitas pelayanan kepada konsumen. Berikut kutipan para informan.

“Harapan saya semoga selalu bisa tetap berjualan dan semoga selalu ada peluang untuk dapat mengelola menjadi suatu keuntungan bagi saya”(bapak PN).

“Harapan saya tingkatkan saja apa yang bisa dicontohi dari Indomaret, jangan berkecil hati dan tetap semangat menjalankan usaha”(ibu IK).

“Kedepannya bisa berusaha lebih baik lagi dengan melihat contoh pelayanan yang dilakukan oleh Indomaret”(ibu DM).

“Tetap menjalankan usaha karena untung rugi itu soal biasa”(ibu YK).

“Harapan saya semoga bisa berusaha lebih keras lagi”(ibu IS).

“Saya harus berusaha lebih baik lagi”(bapak NY).

“Saya kedepannya berusaha lebih keras lagi untuk menarik pelanggan”(bapak KM, bapak IJ).

“Harapan saya agar lebih banyak lagi orang yang berbelanja di warung saya”(bapak AB).

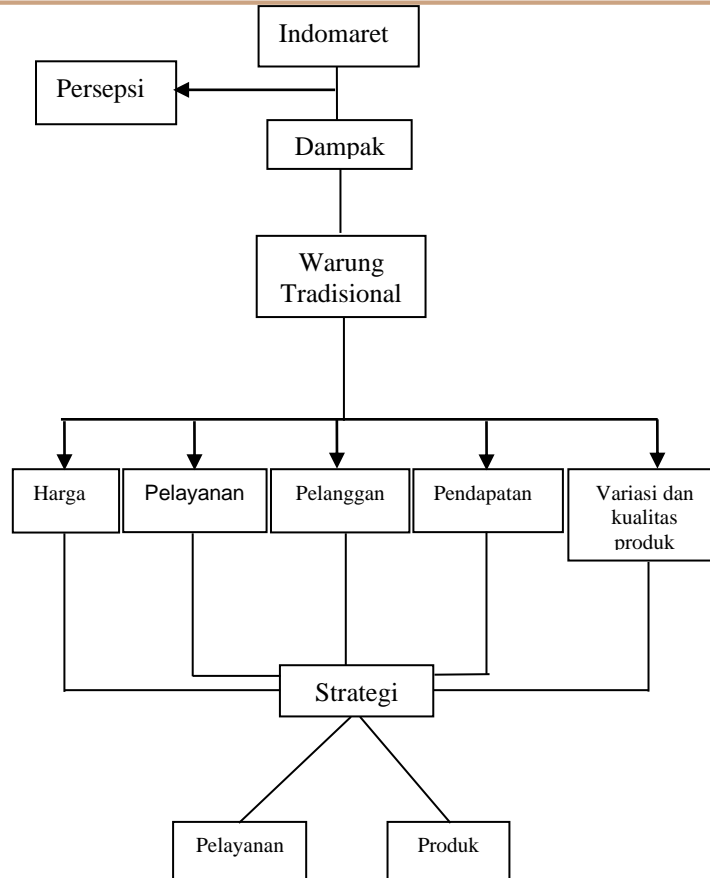
Harapan-harapan yang dimiliki oleh pelaku usaha warung tradisional menjadi

semangat bagi mereka dalam menjalankan usahanya. Selain itu, terdapat penerapan strategi-strategi bisnis merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha warung tradisional untuk mempertahankan usahanya yaitu dengan memperbaiki pelayanan, meningkatkan kreativitas dan menyetok barang yang lebih bervariasi. Strategi-strategi ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dan menarik para pelanggan untuk berbelanja di warung tradisional.

PEMBAHASAN

Eksistensi Indomaret tidak hanya memberikan dampak negatif terhadap pelaku usaha warung tradisional, tetapi juga dampak positif. Dampak-dampak yang dirasakan tersebut erat kaitannya dengan harga barang, pelayanan, variasi dan kualitas produk yang ditawarkan Indomaret sehingga konsumen (masyarakat) tertarik dan meminati untuk berbelanja di Indomaret. Hal ini kemudian berdampak pada kuantitas konsumen yang berbelanja di warung tradisional sehingga berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh oleh pelaku usaha warung tradisional. Dengan kondisi yang demikian, para pelaku usaha menerapkan strategi-strategi dalam menjalankan usaha mereka sehingga mampu bersaing dengan Indomaret dan tetap bertahan. Berdasarkan temuan-temuan penelitian, berikut digambarkan model hasil penelitian.

ENTREPRENEUR
Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>



Sumber Data : Model Hasil Penelitian, 2022

Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa dampak keberadaan Indomaret terhadap usaha warung tradisional erat kaitannya dengan beberapa faktor yakni **pertama**, persepsi. Keberadaan Indomaret disekitar usaha warung tradisional membentuk persepsi positif dan negatif dari pelaku usaha warung tradisional. Selain itu, kehadiran Indomaret juga membentuk penilaian di benak konsumen sehingga hal ini berdampak pada pengambilan keputusan konsumen untuk berbelanja di Indomaret. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan [15] penilaian atau persepsi mengenai persebaran Indomaret memberikan dampak.

Dampak ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, namun disisi lain hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pengusaha warung tradisional bahkan bisa mematikan usaha mereka.

Kedua, harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu faktor penentu bagi keputusan konsumen cenderung berbelanja di Indomaret daripada di warung tradisional. Harga barang yang dijual pada Indomaret dipandang relative lebih murah sehingga pembeli lebih tertarik berbelanja di Indomaret dengan harga diskon dan promo yang ditawarkan di Indomaret. Hal ini sejalan dengan penelitian yang

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

dilakukan oleh [16] bahwa harga berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Harga menjadi penentu bagi konsumen untuk mempertimbangkan transaksi pembelian barang. Hal ini mengindikasikan bahwa harga menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Ketiga, pelayanan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Indomaret kepada konsumen dalam berbelanja cenderung lebih baik dari pelayanan yang diterima konsumen pada warung tradisional. Pelayanan yang baik dan ramah dapat menarik semakin banyak konsumen untuk berbelanja. Hal ini sejalan dengan penelitian [5] yang mengatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha maka loyalitas konsumen semakin meningkat.

Keempat, pelanggan (konsumen). Pelanggan (konsumen) turut memberi dampak terhadap eksistensi suatu usaha. Sebab, pelanggan merupakan orang yang paling diharapkan dalam proses jual beli dan memberikan keuntungan kepada pelaku usaha warung tradisional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [2] loyalitas pelanggan menunjukkan kesetiaan pelanggan pada objek tertentu, seperti merek, produk, jasa atau toko. Loyalitas pelanggan berdampak positif bagi ketahanan suatu usaha dan menentukan keuntungan bagi pelaku usaha.

Kelima, pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi Indomaret turut memberi dampak terhadap pendapatan pelaku usaha warung tradisional. Sejak kehadiran Indomaret, pendapatan pelaku usaha warung tradisional mengalami penurunan. Penurunan pendapatan ini

disebabkan karena menurunnya kuantitas pelanggan yang berbelanja di warung tradisional. Pelanggan cenderung memilih untuk berbelanja di Indomaret yang dipengaruhi oleh strategi harga yang diberikan pihak Indomaret berupa diskon dan promo. Padahal, pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dalam pembentukan laba rugi dalam suatu usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [14] eksistensi Indomaret ini sangat mempengaruhi pendapatan usaha kecil. Hal ini terbukti karena sebagian masyarakat memilih berbelanja di Indomaret dibandingkan berbelanja di toko usaha kecil.

Keenam, variasi dan kualitas produk. Variasi dan kualitas produk dapat memberi pilihan bagi pelanggan untuk berbelanja. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variasi dan kualitas produk yang dijual di Indomaret beragam sehingga pelanggan cenderung memilih untuk berbelanja di Indomaret. Variasi dan kualitas produk yang ada pada Indomaret dipandang lebih baik dan beragam sehingga konsumen sangat tertarik berbelanja di Indomaret. Hal ini kemudian memberikan dampak pada pendapatan warung tradisional. Variasi dan Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian [9] yang menyatakan bahwa variasi dan kualitas produk menjadi salah satu pilihan konsumen saat mereka berbelanja. Dengan beragam macam barang akan memudahkan konsumen untuk memilih barang yang mereka inginkan.

Berdasarkan persepsi yang terbentuk di benak pelaku usaha warung tradisional dan konsumen serta dampak-dampak eksistensi Indomaret terhadap pelaku usaha warung tradisional, maka strategi usaha menjadi

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

penting bagi pelaku usaha warung tradisional untuk mempertahankan pelanggan demi keberlangsungan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha warung tradisional memiliki strategi dalam mempertahankan pelanggan yaitu dengan menjual produk yang lebih beragam, menjual produk eceran dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Strategi yang dilakukan dapat menentukan dan menarik pelanggan untuk berbelanja di warung tradisional. Penelitian [17] menyatakan bahwa pemilik warung tradisional perlu menentukan strategi usaha agar dapat bersaing dengan minimarket, yaitu dengan menggunakan strategi menarik simpati dari setiap pembeli. Artinya, untuk menarik setiap konsumen yang datang ke warung tradisional, pemilik maupun penjaga harus selalu ramah dan sopan kepada konsumen agar konsumen tersebut merasa nyaman dan menimbulkan rasa akrab ketika berbelanja.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan dampak eksistensi Indomaret terhadap warung tradisional di Kabupaten Halmahera Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi Indomaret membentuk persepsi bagi pelaku usaha warung tradisional dan konsumen, baik persepsinegatif maupun positif. Persepsi negatif pelaku usaha warung tradisional terjadi akibat dampak yang ditimbulkan oleh eksistensi Indomaret yakni berkurangnya pelanggan dan menurunnya pendapatan. Disisi lain, kehadiran Indomaret memberi dampak positif bagi pelaku usaha warung tradisional dalam memudahkan mereka memenuhi kebutuhan pribadi, melakukan persediaan barang, dan menjadikan pelayanan di Indomaret sebagai batu loncatan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik

pada warung tradisional. Persepsi eksistensi Indomaret dibenak konsumen terbentuk melalui strategi harga yang ditawarkan oleh Indomaret sehingga dapat menentukan keputusan konsumen untuk berbelanja di Indomaret.

Dampak lain dari eksistensi warung Indomaret terhadap warung tradisional terlihat pada persaingan harga, pelayanan, pelanggan, pendapatan serta variasi dan kualitas produk. Oleh karena dampak yang ditimbulkan akibat eksistensi Indomaret terhadap warung tradisional maka pelaku usaha warung tradisional menerapkan strategi bisnis yaitu menjual produk yang lebih beragam, menjual produk eceran dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Strategi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dan menarik pelanggan untuk berbelanja di warung tradisional sehingga keberlangsungan usaha warung tradisional dapat terus dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustina Fatmah Ningrum. (2017). Pengaruh Fasilitas Kantor, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Pace Kabupaten Nganjuk. . *Simki-Economic*, 1(3).
- [2] Alriani Ida. (2015). *Analisis Faktor Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret (Studi Kasus di Kota Semarang)*.
- [3] Ardian, A. L. H. , dan H. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba pada perusahaan Properti dan Real Estate. *Jurnal Multipradigma Akuntansi Tarumanagara*, 1, 1–10.
- [4] Arik Pujiyanto. (2013). *Pengaruh Berkembangnya Warala Minimarket (Indomaret Dan Alfamaret) Terhadap*

ENTREPRENEUR

Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

- Pendapatan Pedagang Kecil dan Tokko Kelontong di Kec terlanai Pura. Universitas Negeri Jambi.*
- [5] Arta Aprima. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Indomaret Pekanbaru.*
- [6] Artarika, P. (2018). *Analisis Positioning Gerai Minimarket Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Kota Bandung (Studi Pada Alfamart, Circle K, Indomaret, SB Mart, Dan Yomart)*.
- [7] Ginting. (2018). *Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuwangi Sumatera Selatan.*
- [8] Gitusudarmo, I. dan S. I. N. (2015). *Perilaku keorganisasian.* BPFE Yokyakarta.
- [9] Guruf Hariyadi. (2016). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Indomaret (Studi Pada Indomaret Dan Alfamart di Semarang).*
- [10] Hawkins, D. I. dan M. D. L. (2013). *Customer Behavior: Building Marketing Strategy* (12th ed.). McGraw-Hill.
- [11] Kasanti, N. W. A. dan S. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pemberian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, 4(1).*
- [12] Laksemana Lufti. (2012). *Dampak keberadaan indomaret terhadap kondisi sosial ekonomi Pedagang pasar tradisional di kelurahan terjun kecamatan Medan Marelan. Universitas Sumatera Utara.*
- [13] Masni Yeni. (2014). *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional Dan Pasar Moderen di Kota Makassar. Artikel Penelitian Universitas Hasanuddin .*
- [14] Mayangsari Yustika. (2018). *Pengaruh Usaha Ritel Modern Indomaret Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Kecil di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur.*
- [15] Nurpitrah. (2021). *Persepsi Masyarakat Perdesaan Terhadap Pasar Modern. (Studi Kasus Minimarket Indomaret di Kecamatan Larompomg, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan).*
- [16] Polla Febriano, M. L. T. Rita. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalam SEA.*
- [17] Rival Nursema. (2018). *Pengaruh Perkembangan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Warung Tradisional Dan Strategi Agar Dapat Bersaing Dan Bertahan Hidup Di 3 Kecamatan Kota Tanggerang Selatan.*
- [18] Siagian. Pondang P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bumi Aksara.
- [19] Tampubolon, M. P. (2015). *Perilaku Keorganisasian (Organization Behavior): Perspektif Organisasi Bisnis (Edisi Kedua).* Ghalia Indonesia.
- [20] Wibowo. (2013). *Perilaku dalam Organisasi.* Andi Offset.