

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan berbagai format dan jenisnya. Kondisi tersebut sebagai akibat dari adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka. Terbukanya peluang pasar didukung dengan jumlah penduduk Indonesia sebanyak 200 juta jiwa lebih, dan kedatangan jumlah wisatawan mancanegara mencapai sekitar 5 juta per tahun. Fakta tersebut merupakan pasar potensial bagi usaha ritel atau eceran. Usaha ritel yang termaksud meliputi supermarket, hipermarket, toko, warung, dan pedagang ritel di pasar tradisional (Susilo, 2008).

Perkembangan dan keberadaan pasar modern sebagai contohnya supermarket, sangat berdampak pada eksistensi pedagang ritel di pasar tradisional terutama jika barang dagangan yang dimiliki sejenis. Keunggulan pasar modern dari pasar tradisional adalah pasar modern lebih menawarkan kenyamanan berbelanja dan kemudahan dalam memilih produk yang dibutuhkan. Harga yang ditetapkan hanya berbeda tipis dengan harga barang di pasar tradisional. Pasar modern bekerjasama dengan pemasok besar, sehingga dapat menekan biaya dan pencapaian skala ekonomi yang lebih besar. Penekanan biaya menjadikan supermarket berani menetapkan harga

Berdirinya pasar modern, memiliki dampak positif dan juga dampak negatif. Dampak positif diantaranya dapat dirasakan oleh konsumen yang diuntungkan dengan semakin banyaknya pilihan tempat berbelanja, dan semakin meningkatnya pelayanan konsumen. Dampak negatif yang muncul adalah, keberadaan ritel modern akan semakin memarjinalkan pedagang-pedagang ritel di pasar tradisional. Banyak pedagang ritel di pasar tradisional gulung tikar karena tidak mampu bertahan. Pedagang ritel di pasar tradisional akan semakin tergeser jika tidak lekas tanggap untuk menetapkan strategi.

Strategi dalam suatu usaha merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap eksistensi usaha serta pertumbuhan yang berkelanjutan (Tresna, 2007 dalam Susilo, 2008). Salah satu strategi yang tepat diterapkan pada suatu usaha, khususnya usaha mikro-kecil termasuk usaha ritel adalah strategi bertahan atau strategi *survival*. Strategi *survival* adalah kemampuan bertahan yang dimiliki oleh suatu usaha agar usaha yang dijalankan tetap eksis, terutama dalam menghadapi persaingan (Susilo *et al*, 2003).

Fakta perkembangan bisnis ritel dapat terlihat di setiap kota, seperti yang terlihat di kota Yogyakarta. Salah satu contohnya, di Jl.Sultan Agung Yogyakarta telah berdiri Superindo yang merupakan pasar modern. Sebelum berdirinya Superindo, di Jl. Sultan Agung Yogyakarta tepatnya No: 52, telah lama berdiri pasar tradisional yaitu pasar Sentul. Jarak Superindo dengan pasar Sentul kurang lebih 500 m<sup>2</sup>. Lokasi yang berdekatan antara pasar modern dan pasar tradisional dengan perbedaan konsep pasar yang dimiliki, merupakan



(*survive*): Bertahan (*survive*) merupakan pilihan strategi yang tepat agar usaha yang dijalankan tetap eksis.

Susilo (2005) melakukan penelitian yang berjudul Strategi *Survival* Usaha Mikro-Kecil (Studi Empiris Pedagang Warung Angkringan di Kota Yogyakarta). Penelitian Susilo (2005), membahas tentang strategi yang dilakukan para pedagang warung angkringan di kota Yogyakarta, untuk menjadikan usahanya tetap *survive* atau bertahan. Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan diversifikasi usaha, mentaati peraturan dan himbauan aparat serta lingkungan sekitar, beradaptasi dengan perubahan lingkungan usaha, dan melayani pembeli dengan baik. Penelitian Susilo (2005) menggunakan metode survei yang dilakukan di sekitar Alun-alun Utara, Alun-alun Selatan (wilayah dalam beteng Keraton) dan lokasi yang melingkari seperti Jl. Brigjen Katamso, Jl. Wakhid Hasyim, Jl. KH Ahmad Dahlan, Jl. P. Senopati, dengan jumlah responden 50 pedagang warung angkringan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian Susilo (2005) adalah analisis deskriptif.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Susilo (2005). Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama akan tetapi menggunakan obyek dan subyek yang berbeda. Obyek dalam penelitian ini adalah pasar tradisional dengan subyek yang diambil yaitu para pedagang ritel yang beraktivitas di pasar tersebut. Penelitian ini berjudul **“STRATEGI SURVIVAL USAHA MIKRO-KECIL (Studi Empiris Pedagang Ritel**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah tentang bagaimanakah penerapan strategi *survival* pedagang ritel pasar Sentul dalam menghadapi persaingan bisnis ritel?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa penerapan strategi *survival* pedagang ritel pasar Sentul dalam menghadapi persaingan bisnis ritel:

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Pemilik Usaha**

Dipergunakan sebagai masukan untuk lebih memantapkan strategi dalam menjalankan usahanya agar dapat meningkatkan mutu dan kualitas usaha guna membantu memelihara pertumbuhan yang berkelanjutan.

### **2: Bagi Penulis**

Dapat mengaktualisasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dan lebih dapat memahami pentingnya penerapan strategi bisnis yang menjadikan suatu bisnis tetap eksis:

### **3. Bagi Kalangan Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi serta informasi