

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta terutama Kota Yogyakarta saat ini menjadi destinasi favorit bagi wisatawan baik dalam negeri maupun wisatawan mancanegara, dengan minat yang tinggi dari wisatawan untuk dapat berkunjung ke Yogyakarta pada hari libur, ataupun di hari normal seperti yang dikemukakan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam *TribunJogja.com* (2019):

“Dalam rentang tiga tahun terakhir ini mencatat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta tembus pada angka empat juta orang, pada tahun 2016 tercatat sebanyak 3,5 juta jiwa, pada tahun 2017 sebanyak 3,8 juta jiwa, dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan yaitu tercatat sebanyak 4,1 juta jiwa”.

Tingginya jumlah pendatang atau wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta memberikan magnet tersendiri untuk beberapa perusahaan, baik itu perusahaan dengan skala modal kecil sampai dengan perusahaan skala modal besar, tujuan pendiriannya tak lain ingin dari perusahaannya dapat berkembang. Dengan hadirnya perusahaan atau investor di Kota Yogyakarta akan memberikan dampak positif bagi pemerintah yaitu dapat menurunkan jumlah angka pengangguran dan kemiskinan yang ada di Kota Yogyakarta. Namun, di sisi lain dengan hadirnya perusahaan-perusahaan dengan modal besar baik itu hanya berfokus dari segi perhotelan, rumah makan, objek wisata, mall dan yang lainnya, tanpa disadari akan memunculkan tingkat persaingan yang semakin tinggi. Perusahaan dengan kondisi

modal kecil akan berdampak kepadanya lebih jauh, mereka bisa saja mengalami kebangkrutan karena kalah bersaing dengan perusahaan yang memiliki modal yang besar.

Dalam pandangan agama Islam terkait dunia bisnis atau kegiatan perdagang sangat diperbolehkan dan dianjurkan sebagai mana telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw, beliau menjadi panutan atau teladan bagi seluruh umat Islam dalam *Muam'malah* (berdagang), pelajaran yang diterapkan Rasulullah SAW dalam berdagang yaitu dengan mengedepankan kepada kejujuran dan keadilan. Persaingan usaha telah dijelaskan dalam Al-Qu'an surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِكُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya:

“dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (Q.S Al-Baqarah: 148).

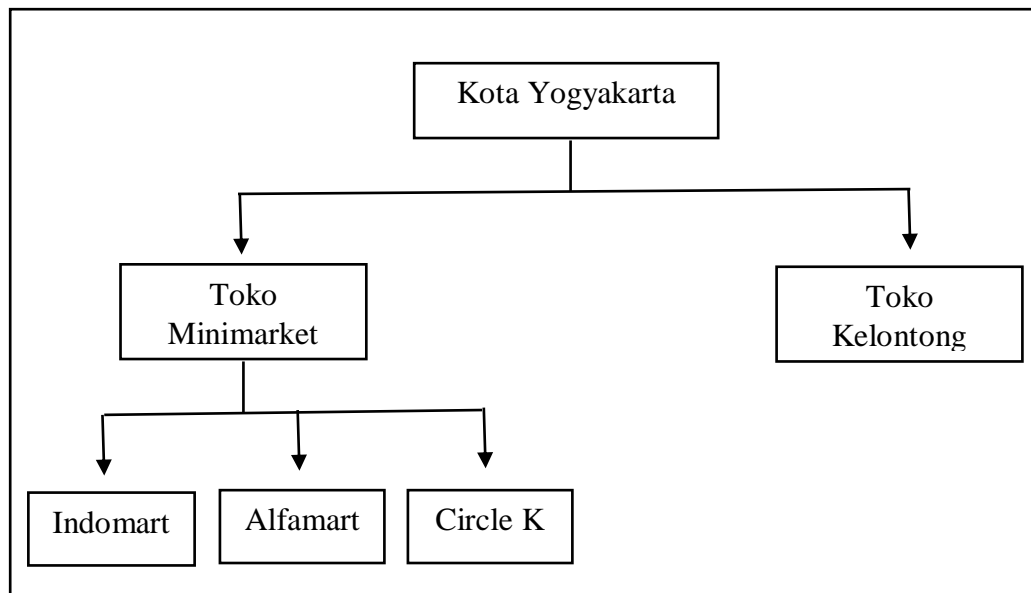
Hikmah dalam kandungan ayat tersebut dapat kita ambil pada poin berlomba-lomba dalam kebaikan, yang memiliki arti sangat universal, sedangkan kata kebaikan sendiri memiliki banyak jenisnya. Salah satu dari sekian banyaknya yaitu berbisnis atau berwirausaha sehingga dapat diartikan kebaikan, jika dilakukan dengan kejujuran, serta memikirkan kepentingan orang banyak, sebagaimana yang telah diajarkan oleh

Rosulullah SAW dan dilakukan dengan cara yang telah diridhoi oleh Allah SWT yaitu dengan halal dan *thoyib* (baik), maka akan mendatangkan kepadanya manfaat yang lebih besar dari pada yang ia keluarkan.

Toko kelontong atau juga bisa disebut sebagai toko rakyat yaitu toko yang menjual barang-barang atau bahan-bahan kebutuhan sehari-hari seperti sembako, atau yang lain-lainnya. Pengertian toko kelontong menurut Utama (2014) mengatakan bahwa toko kelontong adalah mereka yang menjual barang-barang kepada konsumen sehingga bisa mereka gunakan baik untuk mereka sendiri, maupun untuk rumah tangganya, serta untuk keluarganya.

Semakin berkembangnya jaman, berdampak kepada keberadaan toko kelontong berupa hambatan dan ancaman dalam bisnisnya, dikarenakan kehadiran dari pesaing bisnisnya, para toko modern atau toko ritel, dengan strategi pasar yang lebih menarik di bandingkan dengan toko kelontong, sehingga memberikan dampak kepada toko kelontong seperti adanya penurunan jumlah pembeli atau konsumen yang kebanyakan dari mereka yang beralih kepada toko modern atau toko ritel.

Tanpa disadari persoalan ini telah terjadi hampir di seluruh wilayah Indonesia, dan juga di Kota Yogyakarta. Keberadaan toko kelontong pada setiap tahunnya di Kota Yogyakarta mengalami penurunan dari mereka banyak yang menutup usahanya dikarenakan banyaknya konsumen yang beralih belanjanya kepada toko ritel, namun terdapat beberapa toko yang bisa bertahan, seperti pada gambar dibawah ini terkait fenomena usaha yang ada di Kota Yogyakarta.



Sumber: Perwal No 56 Tahun 2018 ttg Penataan Usaha Minimarket Di Kota Yogyakarta di olah peneliti

GAMBAR 1.1
Fenomena Usaha di Kota Yogyakarta

Penelitian yang dilakukan oleh Jalam (2018) dalam (Hadif dan Jamal, 2018) dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa adanya dampak langsung yang dirasakan akan kehadirannya dari toko modern terhadap jumlah konsumen kepada pasar tradisional, yaitu dengan mengalami penurunan sebesar 43,8 persen dari total responden, dan selain itu adanya dampak terhadap penurunan omset dari pedagang dengan di akibatkan oleh pendiriannya toko modern dengan angka penurunan sebesar 43,8 persen sama dengan jumlah konsumen, serta terjadinya penurunan dari segi laba dari pasar tradisional yaitu sebesar 21,2 persen dari laba rata-rata pedagang.

Dalam penelitian yang dilakukan Muhzinat and Achiria, (2019) yang menyimpulkan bahwa dari keberadaan minimarket mengakibatkan dari para pedagang

toko kelontong mengalami kehilangan dari konsumennya, serta berdampak kepada pendapatan yang diterima mengalami penurunan. Namun dari hal tersebut tidak membuat dari toko kelontong kehilangan semangat untuk tetap bersaing dengan minimarket, salah satu caranya yaitu dengan menyediakan dari barang-barang kebutuhan pokok yang tidak terdapat di toko minimarket.

Keberadaan toko ritel di Kota Yogyakarta pada setiap tahunnya mengalami peningkatan namun ada sebagian dari mereka melakukan pelanggaran baik itu dari segi lokasi pendirian toko, jam operasional, tenaga kerja, izin pendirian toko dll, dengan acuan peneliti kepada peraturan yang telah dibuat pemerintah Kota Yogyakarta yaitu Perwal No 56 Tahun 2018 ttg Penataan Usaha Minimarket di Kota Yogyakarta, dan didalam peraturan ini bertujuan untuk melindungi keberadaan dari toko kelontong maupun pasar tradisional, serta UMKM, yang telah ada sejak dahulu dan merupakan salah satu penggerak utama dari perekonomian masyarakat. Pemerintah Kota Yogyakarta sendiri tidak melarang untuk pendirian minimarket di wilayah Kota Yogyakarta akan tetapi lebih berupaya untuk membatasi keberadaannya. Dan pada tahun 2018 pemerintah melakukan penyesuaian dengan mengeluarkan peraturan waliKota tersebut.

Persaingan keduanya memang banyak mengundang perhatian besar, mengingat selalu menepatkan posisi dimana toko kelontong di posisi yang kalah bersaing atau di posisi yang lemah, dan toko ritel di pihak sebaliknya, dan terkait regulasi baik itu dari pihak pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang belum optimal di lapangan,

yang mengakibatkan toko kelontong tidak dapat bersaing secara optimal dengan toko ritel. Dengan kejadian seperti itu yang mengakibatkan terjadinya kelesuan pada toko kelontong, yang diantaranya soal kinerja dari asset, omset, perputaran dari barang agang, serta dari margin harga.

Persaingan toko kelontong atau pasar tradisional dengan ritel modern yang meliputi baik itu dari segi faktor internal atau pun dari faktor eksternal. Dalam kajian yang dilakukan oleh Indef (2007) yang mengenai dampak dari keberadaan Hypermarket terhadap toko kelontong atau riel tradisional dengan pendekatan pada aspek kinerja (faktor internal) dan aspek preferensi konsumen dan regulasi (faktor eksternal). Dari hasil kajiannya menyatakan bahwa, kondisi dari usaha dan kinerja dari pedagang pasar tradisioanl menunjukkan adanya penurunan setelah beroperasinya dari hypermarket.

Inovasi dari para pemilik toko perlu adanya peningkatan baik itu strategi dari toko kelontong untuk dapat meningkatkan atau minimal dapat mempertahankan pelanggan atau konsumen setianya untuk tidak pergi ke toko ritel, dengan begitu toko kelontong dapat bersaing dengan toko ritel, atau bisa bertahan di iklim pasar saat ini. Dari permasalahan yang telah di uraikan di atas, peneliti tertarik untuk dapat meneliti terkait strategi persaingan yang dilakukan toko kelontong untuk menghadapi kehadiran toko ritel yang ada di Kota Yogyakarta, dengan tujuan agar toko kelontong dapat bisa mempertahankan keberadaannya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi internal toko kelontong agar dapat bersaing dengan toko ritel?
2. Bagaimana kondisi eksternal toko kelontong agar dapat bersaing dengan toko ritel?
3. Strategi apa yang dapat diterapkan toko kelontong guna meningkatkan daya saing dengan toko ritel?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana kondisi internal dari toko kelontong untuk dapat bersaing dengan toko ritel.
2. Menganalisis bagaimana kondisi eksternal dari toko kelontong untuk dapat bersaing dengan toko ritel.
3. Merumuskan strategi toko kelontong agar dapat bersaing dengan toko ritel.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi penulis, penelitian ini dapat berguna sebagai wadah peneliti dalam pengaplikasian ilmu yang di dapatkan penulis di dalam pembelajaran didalam kelas, sehingga dapat dituangkan dalam bentuk tulisan ini.

2. Bagi Umum

Bagi Umum, atau bagi pedagang toko kelontong terkhusus penelitian ini dapat berguna untuk dapat meningkatkan untuk terus tetap bertahan,

meningkatkan daya bersaing dan terus mengembangkan inovasi-inovasi untuk dapat menarik atau meningkatkan pembeli. Bagi pemilik toko ritel penelitian ini berguna untuk mengingatkan agar lebih selektif lagi dalam memperhitungkan kondisi sosial-ekonomi disekitar toko pendirian. Karena dalam pendirian toko telah diatur baik dari pemerintah daerah hingga pemerintah pusat.

3. Bagi Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini dapat berguna untuk bahan referensi penelitian dalam mengetahui bagaimana dan apa saja dampak yang ditimbulkan dari munculnya minimarket atau toko ritel di Kota Yogyakarta.