

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1) Hasil Penelitian

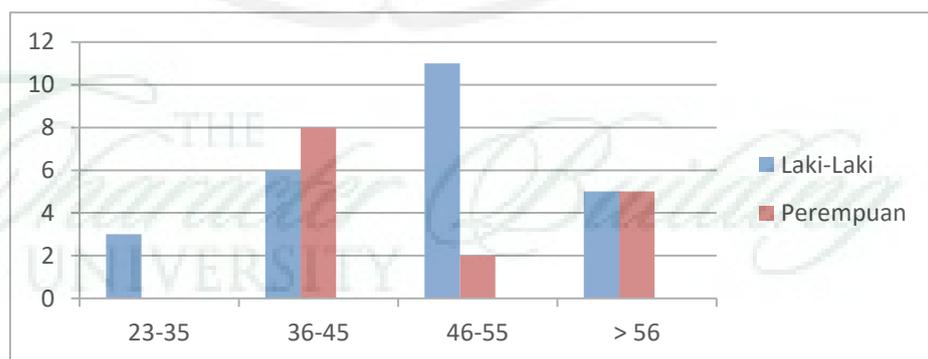
Berdasarkan penelitian yang dilakukan di kecamatan Sidikalang Kabupaten Dairi, maka diperoleh hasil penelitian yang ditinjau dari karakteristik responden, jarak, lokasi, modal, pendapatan, produk, kualitas pelayanan dan strategi pedagang eceran.

#### 1) Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keberagaman responden berdasarkan jenis kelamin, usia, status perkawinan dan tingkat pendidikan.

##### 1) Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur

Responden dalam penelitian ini adalah 40 pedagang usaha eceran yang berada di sekitar 8 toko Indomaret yang ada di Kecamatan Sidikalang.

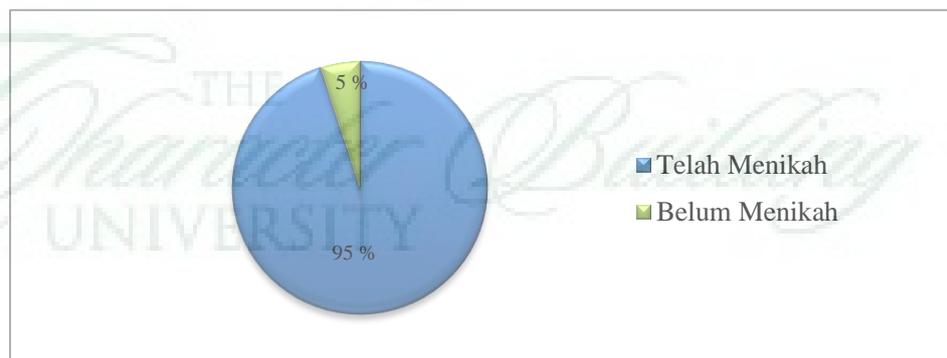


Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4 bahwa seluruh responden yaitu pedagang eceran di kecamatan Sidikalang jika dilihat dari jenis kelamin yang paling banyak adalah laki-laki sebanyak 25 responden (62.5%) dan yang paling sedikit adalah perempuan sebanyak 15 (37.5%). Jika dilihat dari umur menunjukkan bahwa usia responden yang paling banyak adalah rentang usai dari 36-45 tahun yaitu sebanyak 14 responden (35%) yaitu dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 6 pedagang dan perempuan sebanyak 8 pedagang. Sementara paling sedikit adalah rentang usia 26-35 tahun sebanyak 3 responden (7,5%) yang berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin laki-laki yang lebih banyak menjadi pedagang eceran di kecamatan Sidikalang dibandingkan jenis kelamin perempuan.

## 2) Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Perkawinan merupakan suatu ikatan lahir dan batin antara pria dan wanita sebagai suami istri yang membentuk keluarga dengan tujuan kebahagiaan dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa.



**Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan**

Berdasarkan gambar 5 menunjukkan bahwa sebanyak 38 responden (95%) telah melakukan pernikahan dan yang belum menikah adalah sebanyak 2 responden (5%). Hal ini menunjukkan bahwa pedagang eceran di kecamatan Sidikalang 95% sudah melakukan pernikahan atau telah berumah tangga.

### 3) Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan usaha seseorang secara sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan keagamaan, pengendalian diri, spiritual, kepribadian, kecerdasan, ahlak mulia, serta keterampilan. Berikut adalah tabel untuk mengetahui tingkat pendidikan responden:

**Tabel 14. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	1	2.5
2	SMP	2	5.0
3	SMA	32	80.0
4	SPG	2	5.0
5	Perguruan Tinggi	3	7.5
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

Sumber : Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 14 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah tingkat SMA sebanyak 32 orang (80%) dan yang paling sedikit adalah jenjang pendidikan SD sebanyak 1 orang (2,5%). Dapat disimpulkan bahwa rata-rata pedagang eceran di kecamatan Sidikalang memiliki tingkat pendidikan SMA.

## 2) Keberadaan Indomaret

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan usaha pedagang eceran, penulis melakukan observasi langsung untuk mengetahui tahun berdirinya Indomaret dan usaha pedagang eceran di kecamatan Sidikalang. Berikut adalah tabel untuk mengetahui tahun berdirinya Indomaret dan usaha pedagang eceran.

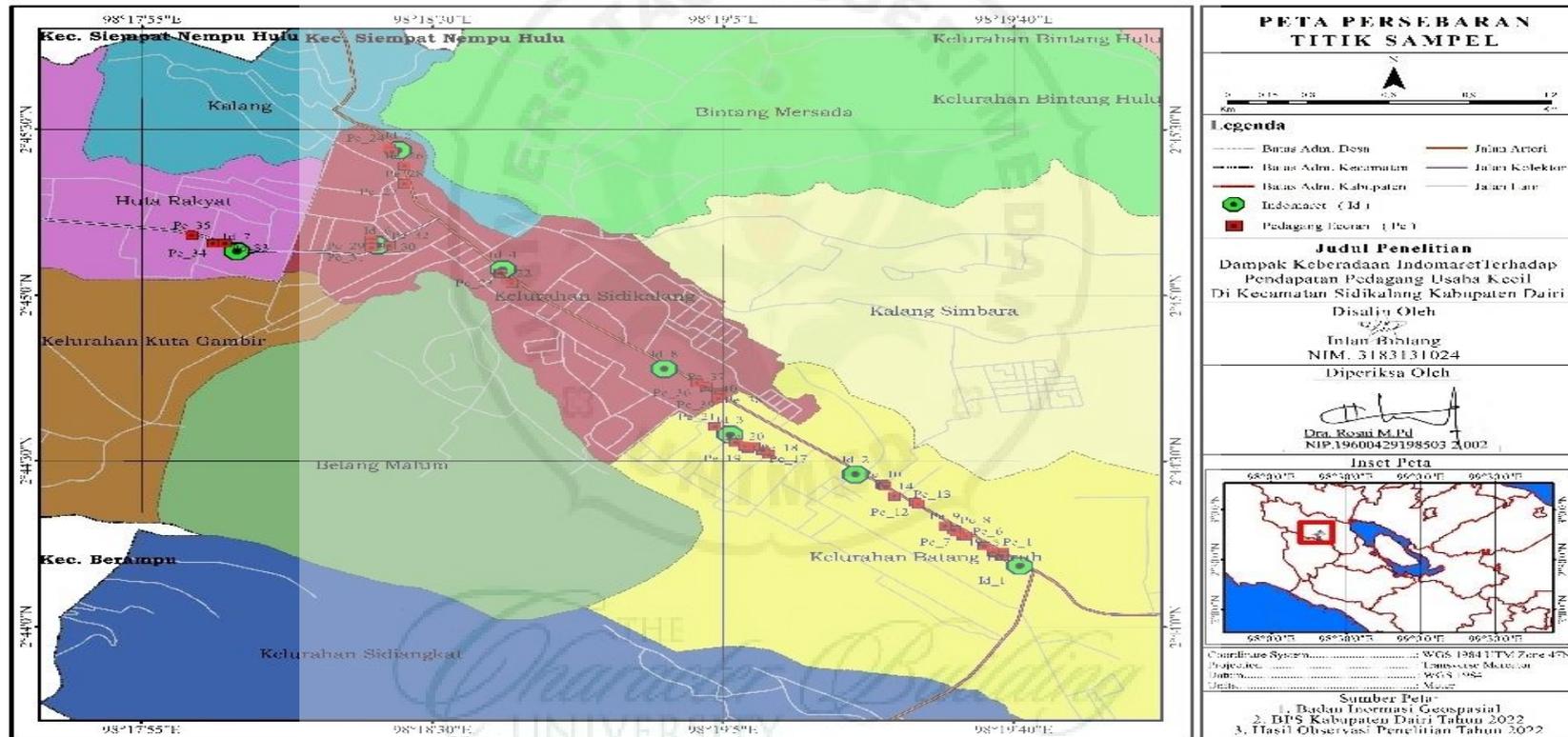
**Tabel 15. Tahun Berdirinya Indomaret dan Usaha Pedagang Eceran**

No.	Nama Indomaret	Tahun Berdirinya Indomaret	Tahun Berdirinya Pedagang Eceran		Jumlah Pedagang Eceran
			Sebelum Adanya Indomaret	Sesudah Adanya Indomaret	
1.	Indomaret Simpang Salak	2015	9	0	9
2.	Indomaret Barisan Nauli	2015	6	1	7
3.	Indomaret Jl. Sisimangaraja Atas	2015	2	0	2
4.	Indomaret Jl. Merdeka	2015	5	0	0
5.	Indomaret Jl. Persada	2015	3	0	3
6.	Indomaret Jl. Ahmad Yani	2020	5	0	5
7.	Indomaret Jl. Sisimangaraja Bawah	2020	5	0	5
8.	Indomaret Polres Dairi	2020	5	0	5
<b>Jumlah</b>			<b>39</b>	<b>1</b>	<b>40</b>

Sumber : Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 15 menunjukkan bahwa tahun pedagang eceran disekitar Indomaret yang berdiri pada tahun 2015 adalah sebanyak 25 pedagang eceran. Sementara untuk pedagang eceran yang berada disekitar Indomaret yang berdiri tahun 2020 adalah sebanyak 14 pedagang eceran dan hanya ada 1 pedagang eceran yang berdiri bersamaan dengan Indomaret pada tahun 2015. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pedagang eceran sudah berdiri terlebih dahulu sebelum adanya Indomaret di kecamatan Sidikalang. Masing-masing Indomaret berdekatan dengan lokasi usaha pedagang eceran dengan jarak kurang dari 1 kilometer. Jika dilihat dari letak pedagang eceran di kecamatan Sidikalang adalah mengikuti jalan besar atau jalan utama yang ada di kecamatan Sidikalang. Sementara berdirinya Indomaret di Sidikalang mengikuti letak pedagang eceran yaitu mengikuti jalan besar dan lokasinya yang strategis. Maka dengan berdirinya delapan Indomaret tersebut akan memberikan persaingan kepada pedagang eceran yang ada di sebelumnya di kecamatan Sidikalang.

## a. Jarak



Gambar 6. Peta Persebaran Indomaret dan Pedagang Eceran di Kecamatan Sidikalang Tahun 2022

Jarak merupakan penilaian terhadap suatu objek ditentukan dari jarak suatu objek dengan objek lainnya. Pada gambar 6 menunjukkan bahwa lokasi pedagang eceran yang paling dekat dengan Indomaret adalah pedagang eceran 20 dengan jarak 13 meter disekitar Indomaret 3 dan yang paling jauh adalah usaha pedagang eceran 9 dengan jarak 352 meter yang berada di sekitar Indomaret 1. Untuk mengetahui kategori jarak usaha pedagang eceran dengan Indomaret terdekat dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel 16. Rata-Rata Jarak Pedagang Eceran dengan Indomaret di kecamatan Sidikalang tahun 2022**

No.	Kategori Jarak (meter)	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Sangat Dekat (13 - 98)	16	40.0
2	Dekat (99 - 184)	15	37.5
3	Jauh (185 - 270)	5	12.5
4	Sangat Jauh (>271)	4	10.0
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 16 menunjukkan bahwa sebanyak 16 (40%) pedagang eceran yang berjarak sangat dekat dengan Indomaret, sebanyak 15 (37,5%) pedagang eceran berjarak dekat dengan Indomaret, sebanyak 5 (12,5%) pedagang yang berjarak jauh dan sebanyak 4 (10%) pedagang eceran yang berjarak sangat jauh dengan Indomaret. Hal ini menunjukkan bahwa jarak sebagian besar lokasi usaha pedagang eceran dengan Indomaret berdekatan satu sama lain.

## b. Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil dari penjumlahan biaya yang diterima oleh seseorang selama bekerja untuk waktu tertentu. Berikut adalah tabel untuk menunjukkan jumlah pendapatan pedagang eceran sebelum dan sesudah adanya indomaret dalam satu bulan.

**Tabel 17. Rekapitulasi Rata-Rata Pendapatan Pedagang Eceran berdasarkan Kategori Jarak (Per Bulan)**

No	Kategori Jarak	Rata-Rata Pendapatan Pedagang Eceran		Rata-Rata Persentase Penurunan Pendapatan Pedagang Eceran
		Sebelum Adanya Indomaret (Rupiah)	Setelah Adanya Indomaret (Rupiah)	
1	Sangat Dekat (13-98 m)	12.531.250	9.375.000	-25.1
2	Dekat (99-184 m)	12.900.000	9.966.000	-22.7
3	Jauh (185-270m)	9.900.000	7.400.000	-25.2
4	Sangat Jauh (>271m)	12.000.000	9.625.000	-19.7
<b>Jumlah</b>		<b>47.331.250</b>	<b>36.366.000</b>	<b>-23.1</b>

Sumber : Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 17 menunjukkan bahwa selisih pendapatan pedagang eceran yang berjarak sangat dekat dengan Indomaret adalah 25,1%, untuk yang berjarak jauh memiliki selisih 25,2% atau beda 0,1% dari yang berjarak sangat dekat. Untuk selisih yang paling sedikit adalah berjarak sangat jauh yaitu memiliki persentase 19,7%. Hal ini menunjukkan bahwa jarak lokasi pedagang eceran baik yang berjarak sangat dekat maupun jauh sama-sama memberikan dampak terhadap pendapatan pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang.

### c. Modal

Modal adalah uang yang dipakai sebagai pokok untuk berdagang, melepas uang dan harta benda yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan. Modal juga dapat digunakan untuk menjalankan usaha atau bisnis. Berikut ini adalah tabel untuk mengetahui jumlah modal usaha pedagang eceran yang ada di sekitar Indomaret yang ada di kecamatan Sidikalang.

**Tabel 18. Rekapitulasi Modal Pedagang Eceran berdasarkan Jarak di kecamatan Sidikalang tahun 2022**

No.	Kategori Modal	Rata-Rata Modal Pedagang Ecerann (Rupiah)
1	Sangat Dekat (13-98 m)	8.562.000
2	Dekat (99–184 m)	9.333.000
3	Jauh (185-270m)	9.600.000
4	Sangat Jauh (>271m)	10.000.000
	<b>Rata-Rata</b>	9.125.000

Sumber : Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 18 menunjukkan bahwa rata-rata modal pedagang eceran yang paling banyak dimiliki pedagang eceran adalah yang berjarak sangat dekat dengan rata-rata Rp8.562.000 diikuti jarak dekat dengan rata-rata modal Rp9.333.000 dan yang paling sedikit adalah berjarak sangat jauh dengan rata-rata modal Rp10.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin dekat jarak pedagang eceran dengan Indomaret memiliki modal yang kecil. Sementara Indomaret memiliki modal yang cukup besar maka akan menyediakan jumlah produk yang lebih beragam dan memberikan kenyamanan dengan tempat yang luas sehingga akan menarik minat masyarakat untuk berbelanja ke Indomaret daripada berbelanja ke pedagang eceran.

## 2. Usaha Pedagang Eceran

### A. Lokasi

Lokasi adalah untuk menentukan jarak (dekat atau jauhnya) suatu wilayah yang dimulai dengan satu tindakan dan kemudian menuju wilayah lainnya untuk memutuskan efek dari wilayah sekitarnya.

#### 1) Lokasi dilihat dari Akses

Akses, yaitu lokasi yang dapat dilalui dan dijangkau transportasi umum. Berikut adalah tabel untuk mengetahui lokasi pedagang eceran yang dilihat dari akses.

**Tabel 19. Lokasi Pedagang Eceran dilihat dari Akses**

No.	Akses	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Dapat dijangkau oleh transportasi umum.	40	100.00
2	Tidak dapat dijangkau oleh transportasi umum	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 19 menunjukkan bahwa akses di sekitar 40 (100%) lokasi usaha pedagang eceran di kecamatan Sidikalang memiliki akses yang cukup baik. Sehingga hal ini dapat membuat peluang agar masyarakat membeli kebutuhan mereka kepada pedagang usaha eceran. Berbeda dengan Indomaret yang memiliki visibilitas yang baik yaitu terlihat jelas oleh pandangan mata dan lokasinya sangat mudah ditemukan karena toko Indomaret yang memiliki bentuk bangunan yang luas.

## 2) Lokasi dilihat dari Visibilitas

Visibilitas yaitu tempat atau lokasi yang dapat terlihat jelas oleh jarak pandangan mata normal dengan jarak pandangan 20 meter. Berikut adalah gambar lokasi usaha pedagang eceran yang terlihat jelas oleh pandangan mata normal.



**Gambar 7. Lokasi Usaha Pedagang Eceran 2 yang Terlihat Jelas oleh Pandangan Mata Normal**

Untuk mengetahui seluruh lokasi pedagang eceran yang dilihat dari visibilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 20. Lokasi Pedagang Eceran dilihat dari visibilitas**

No.	Visibilitas	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Terlihat jelas oleh pandangan mata	32	80.00
2	Tertutupi tembok/bangunan	8	20.00
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 20 menunjukkan bahwa visibilitas usaha pedagang eceran yang terlihat jelas oleh pandangan mata normal sebanyak 32 pedagang (80%) dan sebanyak 8 pedagang (20%) yang

tertutupi tembok/bangunan. Terdapat 32 (80%) pedagang eceran di kecamatan Sidikalang yang memiliki bangunan permanen dan 8 (20%) pedagang eceran memiliki bangunan semi permanen.

### 3) Lokasi dilihat dari Lalu Lintas

Lalu lintas yaitu mempertimbangkan banyaknya yang berlalu lalang untuk memberikan kesempatan dalam pembelian, kemacetan dan kepadatan lalu lintas yang biasanya dapat menjadi peluang.

**Tabel 21. Lokasi Pedagang Eceran dilihat dari Lalu Lintas**

No.	Lalu Lintas	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Lalu lintas yang ramai	40	100.00
2	Lalu lintas yang sepi	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

*Sumber: Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan tabel 21 menunjukkan bahwa lalu lintas di sekitar 40 (100%) lokasi usaha pedagang eceran di kecamatan Sidikalang memiliki lalu lintas yang ramai. Sehingga hal ini dapat membuat peluang agar masyarakat membeli kebutuhan mereka kepada pedagang usaha eceran.

### 2) Lokasi dilihat dari Tempat Parkir

Tempat parkir merupakan tempat yang luas dan nyaman untuk tempat kendaraan roda dua maupun roda empat untuk parkir. Untuk melihat tempat parkir pedagang eceran dapat dilihat pada gambar berikut ini.



**Gambar 8. Tempat Parkir pada Usaha Pedagang Eceran 5**

Pada gambar 8 menunjukkan bahwa pedagang eceran 5 memiliki tempat parkir untuk kendaraan yang digunakan oleh pembeli saat berbelanja di usaha pedagang eceran. Untuk mengetahui seluruh lokasi usaha pedagang eceran yang dilihat dari tempat parkir dapat diketahui dari tabel berikut ini.

**Tabel 22. Lokasi Pedagang Eceran dilihat dari Tempat Parkir**

No.	Tempat Parkir	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1.	Memiliki tempat parkir	38	95.0
2.	Tidak memiliki tempat parkir	2	5.0
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

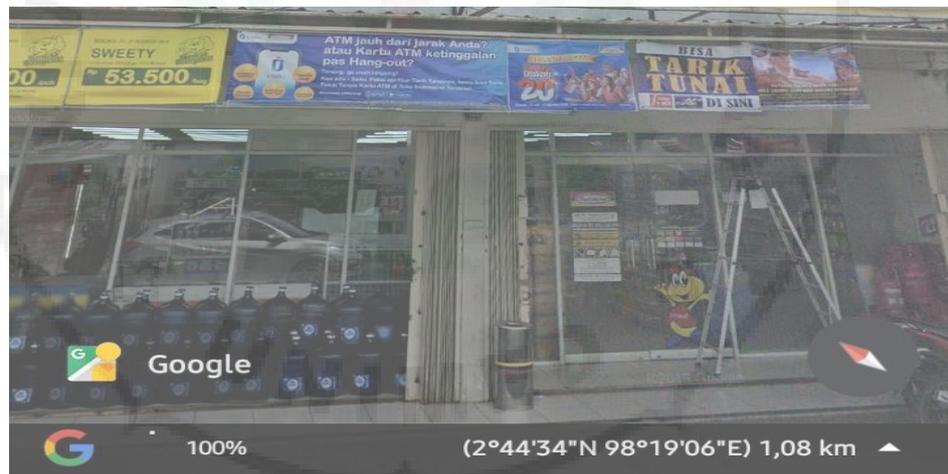
*Sumber: Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan tabel 22 menunjukkan bahwa 38 pedagang eceran (95%) tidak memiliki tempat parkir untuk roda empat maupun roda dua dan sebanyak 2 pedagang eceran (5%) memiliki tempat parkir untuk roda empat maupun roda dua.

## B. Produk

### 1) Produk Utama

Produk merupakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Produk utama dalam penelitian ini adalah produk yang biasanya dijual di Indomaret seperti beras, gula pasir, minyak goreng, telur ayam, susu, garam dan gas elpiji untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berikut adalah tabel untuk mengetahui produk utama yang dijual oleh pedagang eceran.



**Gambar 9. Produk Utama yang dijual di Indomaret seperti Air Galon dan Gas Elpiji**

Pada gambar 9 menunjukkan bahwa Indomaret menjual produk utama (kebutuhan utama) masyarakat seperti air galon dan gas elpiji untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.



**Gambar 10. Produk Utama yang dijual oleh Pedagang seperti Gas Elpiji**

Pada gambar 10 menunjukkan pedagang eceran yang menjual produk utama (kebutuhan utama) masyarakat seperti air galon dan gas elpiji untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk mengetahui seluruh usaha pedagang eceran yang menjual produk utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dapat diketahui dari tabel berikut ini.

**Tabel 23. Produk Utama (Kebutuhan Utama) yang dijual oleh Pedagang Eceran di kecamatan Sidikalang**

No.	Produk (Kebutuhan Utama)	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Beras	39	97.5
2	Gula Pasir	40	100.0
3	Minyak Goreng	40	100.0
4	Telur Ayam	40	100.0
5	Susu	40	100.0
6	Garam	40	100.0
7	Gas Elpiji	22	55.0

*Sumber: Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan tabel 23 menunjukkan bahwa pedagang eceran yang menjual produk utama yang dijual oleh pedagang eceran terdiri dari beras

dijual oleh sebanyak 39 pedagang (97.5%), gula sebanyak 40 pedagang (100%), minyak goreng sebanyak 40 pedagang (100%), telur ayam sebanyak 40 pedagang (100%), susu sebanyak 40 pedagang (100%), garam sebanyak 40 pedagang (100%) dan gas elpiji sebanyak 22 pedagang (55%).

## 2) Produk Pelengkap

Berikut adalah tabel untuk mengetahui produk pelengkap yang dijual oleh pedagang eceran terdapat di Indomaret.

**Tabel 24. Produk Pelengkap Yang Dijual Oleh Pedagang Eceran di Kecamatan Sidikalang**

No.	Produk Pelengkap yang Ada di Indomaret	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Margarin	12	30.0
2	Sarden	10	25.0
3	Air Galon	3	7.5

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 24 menunjukkan bahwa pedagang eceran yang menjual produk pelengkap yang terdiri dari margarin dijual oleh sebanyak 12 (30%), sarden sebanyak 10 (25%) dan air galon 3 (7.5%).

## 3) Produk yang Kurang Diminati

Berikut adalah tabel untuk mengetahui produk pedagang eceran yang kurang diminati oleh pembeli dalam satu bulan.

**Tabel 25. Produk yang Kurang diminati oleh Pembeli di Usaha Pedagang Eceran di kecamatan Sidikalang.**

No.	Produk yang kurang diminati	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Sabun Mandi	2	5.0
2	Soklin	1	2.5
3	Lem Setan	1	2.5
4	Cat Rambut	1	2.5
5	Benang	1	2.5
6	Tidak ada produk yang kurang diminati pembeli	34	85.0
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

*Sumber: Data Primer Olahan, 2022*

Berdasarkan tabel 25 menunjukkan bahwa produk atau jualan pedagang eceran yang kurang diminati pembeli dalam satu bulan antara lain sabun mandi sebanyak 2 pedagang (5%), soklin sebanyak 1 pedagang (2.5%), lem setan sebanyak 1 pedagang (2.5%), cat rambut sebanyak 1 pedagang (2.5%), benang sebanyak 1 pedagang (2.5%), dan 34 pedagang lainnya (85%) mengatakan bahwa tidak ada produk yang kurang diminati oleh pembeli karena mereka menyesuaikan dengan apa yang dicari oleh pembeli.

### **C. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yaitu terfokus untuk memenuhi kebutuhan, persyaratan, dan ketepatan waktu untuk memenuhi keinginan masyarakat/pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dilihat dari jam buka usaha, ketepatan waktu, sikap simpati dan ketanggapan terhadap pembeli, sopan santun dan komunikasi yang baik.

## 1) Jam Buka Usaha

Berikut adalah tabel untuk mengetahui jam buka usaha pedagang eceran yang ada di sekitar Indomaret di Kecamatan Sidikalang.

**Tabel 26. Jam Buka Usaha Pedagang Eceran di kecamatan Sidikalang**

No.	Jam Buka Usaha	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	06.00 – 22.00	15	37.5
2	07.00 – 21.00	14	35.0
3	07.30 – 22.00	11	27.5
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100.00</b>

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 26 menunjukkan bahwa jam buka usaha pedagang eceran yang paling banyak pukul 06.00 – 22.00 WIB yaitu sebanyak 15 pedagang (37,5%). Sedangkan jam buka usaha pedagang yang paling sedikit adalah pukul 07.30 – 22.00 yaitu sebanyak 11 pedagang (27.5%).

## 2) Pelayanan

Berikut adalah tabel untuk mengetahui jam buka usaha pedagang eceran yang ada di sekitar Indomaret di Kecamatan Sidikalang.

**Tabel 27. Pelayanan Pedagang Eceran terhadap Pembeli di kecamatan Sidikalang**

No.	Pelayanan	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Melayani pembeli dengan waktu yang tepat dan cepat	40	100.0
2	Bersikap simpati dan tanggap terhadap pembeli	40	100.0
3	Sopan santun	40	100.0
4	Komunikasi yang baik	40	100.0

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 27 menunjukkan bahwa 40 pedagang (100%) melayani pembeli dengan waktu yang tepat dan cepat, bersikap simpati dan tanggap terhadap pembeli, sopan dan santun serta berkomunikasi dengan baik.

### 3. Strategi

Strategi merupakan kumpulan keputusan dan aksi yang diterapkan untuk memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan usaha. Strategi juga yang menjadi hal yang begitu penting dalam mencapai dalam berusaha dan juga pencapaian dalam membuka usaha yang bergantung pada kebijakan seseorang yang dapat merumuskan strategi apa yang dirumuskan. Berikut adalah tabel untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang eceran untuk bersaing dengan Indomaret.

**Tabel 28. Strategi yang dilakukan Pedagang Eceran untuk bersaing dengan Indomaret di kecamatan Sidikalang**

No.	Kategori Jarak Pedagang Eceran	Strategi Pedagang Eceran	Jumlah Pedagang Eceran	Persentase (%)
1	Sangat Dekat	a. Melakukan diversifikasi produk yang dijual	16	40.0
		b. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan	16	40.0
		c. Membuat harga diskon	2	5.0
		d. Menambah modal usaha	2	5.0
2	Dekat	a. Melakukan diversifikasi produk yang dijual	15	37.5
		b. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan	15	37.5
		c. Membuat harga diskon	4	10.0
		d. Menambah modal usaha	2	5.0
3	Jauh	a. Melakukan diversifikasi produk yang dijual	5	12.5
		b. Membuat harga diskon	2	5.0
		c. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan	5	12.5
		d. Menambah modal	1	2.5
4	Sangat Jauh	a. Melakukan diversifikasi produk yang dijual	4	10.0
		b. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan	4	10.0

Sumber : Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 28 menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pedagang eceran untuk bersaing dengan Indomaret adalah diversifikasi

produk/barang yang diperjualbelikan sebanyak 40 pedagang (100%) dilakukan oleh seluruh pedagang eceran baik yang berjarak sangat dekat, dekat, jauh maupun sangat jauh. Strategi pedagang eceran dengan membuat harga diskon sebanyak 8 pedagang eceran (20%) dilakukan pedagang eceran dengan kategori jarak sangat dekat sebanyak 2 pedagang, kategori jarak dekat dilakukan 4 pedagang dan kategori jarak jauh dilakukan oleh 2 pedagang eceran. Strategi selanjutnya adalah sebanyak 40 pedagang (100%) meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dan hanya terdapat 5 (12.5%) pedagang yang menambah modal usaha dengan mengajukan kredit ke bank. Strategi tersebut dilakukan pedagang eceran agar usaha pedagang eceran tetap bertahan meskipun kehadiran Indomaret memberikan persaingan yang mengakibatkan penurunan pendapatan pedagang.

#### 4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk perencanaan strategis yang digunakan dalam mengevaluasi kekuatan (*strengs*), kelemahan (*weakneses*), peluang (*opportunities*) dan juga ancaman atau tantangan (*thereats*) keberlangsungan usaha. Berikut adalah tabel untuk menunjukkan Matrik IFAS dan EFAS pada usaha pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang.

**Tabel 29. Matrik IFAS (Kekuatan dan Kelamahan) Pada Usaha Pedagang Eceran yang Ada di kecamatan Sidikalang**

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
<b>KEKUATAN</b>			
a. Lokasi berada sekitar pemukiman padat penduduk	0.153	4	0.612
b. Pelayanan dengan respon yang cepat	0.153	4	0.612
c. Harga lebih murah	0.115	4	0.46
d. Bisa membeli secara eceran	0.153	3	0.612
e. Bisa berhutang	0.115	3	0.46
Jumlah	0.689		2.756
<b>KELEMAHAN</b>			
a. Barang/produk yang disediakan kurang beragam	0.038	4	0.152
b. Tata letak barang di usaha pedagang eceran kurang teratur dan efisien	0.07	4	0.28
c. Modal yang sedikit dibandingkan pesaingnya	0.07	4	0.28
d. Pendapatan rendah	0.038	3	0.114
e. Stok sering habis	0.07	3	0.28
Jumlah	0.286		1.106

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 29 menunjukkan bahwa jumlah skor kekuatan adalah 2,756 dan jumlah skor kelemahan adalah 1,106 sehingga total faktor strategi internal adalah 3,862.

**Tabel 30. Tabel Matrik EFAS (Peluang dan Ancaman) pada Usaha Pedagang Eceran yang Ada di kecamatan Sidikalang**

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
<b>PELUANG</b>			
a. Menambah keberagaman produk/barang yang dijual	0.117	4	0.468
b. Membuat tata letak lebih bagus dan mengelompokkan jenis-jenis produk yang akan dijual	0.117	3	0.351
c. Pelayanan yang lebih responsif	0.088	3	0.264
d. Membuat tempat usaha lebih luas dan nyaman	0.088	2	0.176

e. Memberikan harga yang lebih murah dibandingkan pesaingnya (Indomaret)	0.117	4	0.468
<b>Jumlah</b>	0.527		1.727
<b>ANCAMAN</b>			
a. Pesaingnya Indomaret memiliki produk yang lebih lengkap	0.117	3	0.351
b. Modal pesaing Indomaret lebih besar	0.117	3	0.351
c. Pelayanan yang ramah dan cepat	0.088	2	0.176
d. Terdapat tempat parkir	0.058	2	0.116
e. Lokasi usaha yang luas dan ber-AC yang membuat pembeli merasa nyaman saat berbelanja	0.088	2	0.176
<b>Jumlah</b>	0.468		1.17

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 30 menunjukkan bahwa jumlah skor peluang adalah 1,727 dan jumlah skor ancaman adalah 1,17 sehingga total skor faktor strategi eksternal adalah 3,367.

**Tabel 31. Hasil Perhitungan Nilai Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Usaha Pedagang Eceran di kecamatan Sidikalang**

No.	Faktor Strategi	Nilai	Selisih Nilai Faktor Internal dan Eksternal
1	Kekuatan	2,756	1,65
2	Kelemahan	1,106	
3	Peluang	1,727	0,55
4	Ancaman	1,17	

Sumber: Data Primer Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 31 menunjukkan bahwa usaha pedagang eceran memiliki faktor internal yang lebih besar dibandingkan faktor eksternal yaitu memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan ancaman.

Jika nilai tersebut dimasukkan kedalam diagram maka akan terlihat bahwa usaha pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang pada faktor internal (sumbu X) dengan nilai 1,65 dan faktor eksternal (sumbu Y) dengan nilai 0,55.



**Gambar 11. Diagram Matrik SWOT**

Berdasarkan gambar 11 menunjukkan bahwa titik potong (1,65;0,55) berada pada kuadran 1 merupakan situasi yang begitu menguntungkan yaitu memiliki peluang dan kekuatan yang besar. Dengan hal tersebut pedagang eceran di kecamatan Sidikalang dapat memanfaatkan kekuatan yang ada pada usaha mereka seperti membuat harga lebih murah dari pesaingnya, lokasi yang berada di sekitar pemukiman penduduk, pelayanan dengan respon yang cepat dan menjalin silaturahmi dengan pembeli atau masyarakat sekitar. Strategi tersebut dapat dilakukan pedagang eceran agar usaha mereka dapat bertahan meskipun kehadiran Indomaret memberikan persaingan dan berdampak pada pendapatan pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang.

**Tabel 32. Matriks SWOT pada Usaha Pedagang Eceran di kecamatan Sidikalang**

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTHS (S)</p> <p>a. Lokasi berada sekitar pemukiman padat penduduk</p> <p>b. Pelayanan dengan respon yang cepat</p> <p>c. Harga lebih murah</p> <p>d. Bisa membeli secara eceran</p> <p>e. Bisa berhutang</p>	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <p>a. Barang/produk yang disediakan kurang beragam</p> <p>b. Tata letak barang di usaha pedagang eceran kurang teratur dan efisien</p> <p>c. Modal yang sedikit dibandingkan pesaingnya</p> <p>d. Pendapatan rendah</p> <p>e. Stok barang sering habis</p>
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES(O)</p> <p>a. Menambah keberagaman produk/barang yang dijual</p> <p>b. Membuat tata letak lebih bagus dan mengelompokkan jenis-jenis produk yang akan dijual</p> <p>c. Pelayanan yang lebih responsif</p> <p>d. Membuat tempat usaha lebih luas dan nyaman</p> <p>e. Memberikan harga yang lebih murah dibandingkan pesaingnya (Indomaret)</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <p>a. Menambah keberagaman produk/barang yang dijual</p> <p>b. Membuat tata letak lebih bagus dan mengelompokkan jenis-jenis produk yang akan dijual</p> <p>c. Pelayanan yang lebih responsif</p> <p>d. Membuat tempat usaha lebih luas dan nyaman</p> <p>e. Memberikan harga yang lebih murah dibandingkan pesaingnya (Indomaret)</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <p>a. Menjual produk yang lebih beragam</p> <p>b. Membuat tata letak produk yang lebih teratur dan efisien</p> <p>c. Menambah modal pinjaman dari bank</p> <p>d. Menambah stok barang</p>

WEAKNESS (W)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
a. Pesaingnya Indomaret memiliki produk yang lebih lengkap b. Modal pesaing Indomaret lebih besar c. Pelayanan yang ramah dan cepat d. Terdapat tempat parkir e. Lokasi usaha yang luas dan ber-AC yang membuat pembeli merasa nyaman saat berbelanja	a. Menambah produk untuk bersaing dengan pesaing (Indomaret) b. Membuat tempat usaha senyaman mungkin dengan tata letak produk yang dijual agar lebih tertata dan efisien. c. Selalu melakukan silaturahmi dengan pembeli d. Memberikan pelayanan dengan respon yang cepat e. Menjual barang secara eceran	a. Memantau dan mempelajari kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh pesaing dengan produk yang sejenis b. Menjaga kepercayaan pembeli dengan menyediakan produk yang dicari oleh pembeli dan produk yang berkualitas. c. Membuat tempat usaha senyaman mungkin dan menambah keberagaman produk yang dijual.
STRATEGI WO		
a. Menjual produk yang lebih beragam b. Membuat tata letak produk yang lebih teratur dan efisien c. Menambah modal pinjaman dari bank		

Matriks SWOT pada tabel 32, menunjukkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pedagang eceran dalam menghadapi persaingan dengan Indomaret. Hal ini dilakukan agar usaha pedagang eceran mampu bertahan dengan kehadiran Indomaret.

### 3) Pembahasan

#### 1. Keberadaan Indomaret

Indomaret merupakan perusahaan beroperasi dalam bidang usaha perdagangan retail/barang yaitu minimarket. Indomaret memberikan kelebihan dalam memperjualbelikan produk. Seperti dalam menentukan lokasi yang strategis di dekat pemukiman penduduk, modal yang cukup besar, jenis produk yang lebih beragam, dan kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil penelitian keberadaan Indomaret di Kecamatan Sidikalang terdiri dari 1 indikator yaitu jarak. Menurut Gunawan (2004) mengatakan bahwa jarak dapat digunakan untuk dapat mengetahui seberapa jauh atau dekatnya suatu lokasi dan bahwa jarak juga dapat diukur dengan dua cara yaitu jarak geometrik yang dinyatakan dalam satuan panjang seperti kilometer dan jarak waktu yang diukur dengan satuan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jarak seluruh pedagang eceran dan Indomaret berdekatan. Kategori jarak pedagang eceran dengan Indomaret baik jarak sangat dekat maupun sangat jauh memberikan persaingan terhadap pedagang eceran dan mengancam usaha pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang.

Berdasarkan hasil penelitian untuk jarak usaha pedagang eceran dengan Indomaret di Kecamatan Sidikalang tidak sesuai dengan peraturan presiden No. 112/2007 yaitu jarak antara minimarket dengan pedagang usaha kecil minimal 1 kilometer. Dari hasil penelitian

menunjukkan bahwa jarak pedagang eceran dengan Indomaret adalah kurang dari 1 kilometer. Pedagang eceran sudah berdiri terlebih dahulu dibandingkan Indomaret yang ada di kecamatan Sidikalang. Jika dilihat dari letak pedagang eceran di kecamatan Sidikalang adalah mengikuti jalan besar atau jalan utama yang ada di kecamatan Sidikalang. Berdirinya Indomaret di Sidikalang mengikuti letak pedagang eceran yaitu mengikuti jalan besar dan keberadaannya berada di tengah-tengah lokasi pedagang eceran. Maka dengan berdirinya Indomaret tersebut akan memberikan persaingan kepada seluruh pedagang eceran yang ada sebelumnya di kecamatan Sidikalang. Dampak dari keberadaan Indomaret tersebut telah dirasakan oleh 40 pedagang eceran di kecamatan Sidikalang yaitu mengalami penurunan pendapatan.

#### **b. Pendapatan**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase penurunan pendapatan sejalan dengan teori Gunawan (2004) bahwa jika semakin dekat jarak pedagang eceran dengan Indomaret maka selisih penurunan pendapatan pedagang eceran lebih tinggi sesuai dengan teori. Namun ada hal yang unik dari persentase penurunan pendapatan pada penelitian ini, yaitu selisih penurunan pendapatan pedagang eceran yang berjarak jauh lebih tinggi daripada jarak sangat dekat yaitu sebanyak 25,2%. Hal ini karena pedagang eceran yang jaraknya jauh dengan Indomaret memiliki visibilitas yang kurang baik (tertutupi tembok), dan memiliki modal yang lebih sedikit dibandingkan

pedagang eceran yang berjarak sangat dekat. Indomaret juga memberikan persaingan terhadap pedagang eceran karena lokasi Indomaret yang strategis, luas dan nyaman, kebebasan dalam memilih barang dan produk yang dijual di Indomaret lebih beragam.

### c. Modal

Modal adalah uang yang dipakai sebagai pokok untuk berdagang, melepas uang dan harta benda yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan. Modal juga digunakan untuk menjalankan usaha atau bisnis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal pedagang eceran yang paling banyak adalah dengan kategori modal sangat sedikit yaitu berkisar Rp 4.000.000 – Rp 8.000.000. Menurut Ardiprawiro (2016) macam-macam modal berdasarkan sumbernya adalah modal sendiri dan modal asing (pinjaman). Sejalan dengan teori Ardiprawiro (2016) bahwa modal usaha pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang rata-rata adalah modal sendiri. Modal tersebut digunakan untuk menghasilkan keuntungan dari usaha mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang mengatakan bahwa dengan modal yang sedikit tentunya akan berdampak pada jumlah produk yang dijual ke masyarakat, berbeda dengan Indomaret yang memiliki modal yang cukup besar sehingga memberikan kenyamanan dengan tempat yang luas dan produk yang ditawarkan lebih beragam sehingga masyarakat tertarik berbelanja ke Indomaret daripada

berbelanja ke pedagang eceran. Hal inilah yang membuat masyarakat beralih ke Indomaret untuk berbelanja memenuhi kebutuhan mereka.

## 2. Lokasi Usaha Pedagang Eceran

### a. Lokasi

Lokasi membahas tentang letak atau posisi spasial dari objek tertentu yang ada di permukaan bumi. Lokasi usaha pedagang eceran dilihat dari visibilitas, lalu lintas dan tempat parkir. Hal ini dilihat untuk membandingkan lokasi yang strategis yang dimiliki oleh Indomaret dengan usaha pedagang eceran. Faktor-faktor dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2016) yaitu antara lain : akses, visibilitas, lalu lintas dan tempat parkir. Dalam penelitian ini lokasi dapat diketahui dari:

#### 1. Akses

Akses yaitu lokasi yang dapat dilalui dan dijangkau transportasi umum. Dalam penelitian ini bahwa seluruh usaha pedagang eceran di kecamatan Sidikalang dapat dilalui dan dijangkau oleh transportasi umum. Sehingga hal ini dapat memudahkan akses masyarakat untuk ke lokasi pedagang eceran. Namun meskipun akses usaha pedagang eceran dapat dilalui dan dijangkau transportasi umum tetapi masyarakat lebih memilih berbelanja ke Indomaret karena jarak antara usaha pedagang eceran dan Indomaret saling berdekatan

sehingga membuat pedagang eceran tersaingi oleh keberadaan Indomaret yang lokasinya lebih luas, nyaman dan jenis produk yang ditawarkan lebih lebih beragam. Sehingga keberadaan Indomaret membuat usaha pedagang eceran kehilangan pembeli mereka. Pedagang eceran di Sidikalang mengatakan bahwa banyak pembeli yang beralih ke Indomaret untuk berbelanja kebutuhan mereka.

## 2. Visibilitas

Visibilitas yaitu tempat atau lokasi yang dapat terlihat jelas oleh jarak pandangan mata normal dengan jarak 20 meter. Dalam penelitian bahwa 80% usaha milik pedagang eceran terlihat jelas oleh pandangan mata normal. Berbeda dengan Indomaret yang memiliki visibilitas yang baik dan mudah ditemukan di jalan-jalan besar di kota Sidikalang. Terdapat beberapa usaha pedagang eceran memiliki visibilitas tidak baik (tertutupi tembok) sehingga membuat masyarakat tidak melihat ada pedagang eceran. Sehingga hal inilah yang membuat pedagang eceran yang jaraknya jauh dari Indomaret mengalami penurunan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan kategori jarak lainnya yaitu sekitar 25,2%.

### 3. Lalu lintas

Lalu lintas yaitu mempertimbangkan banyaknya yang berlalu lalang untuk memberikan kesempatan dalam pembelian, kemacetan dan kepadatan lalu lintas yang biasanya dapat menjadi peluang. Dalam penelitian ini bahwa 100% pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang dilalui lalu lintas yang ramai dan sama halnya dengan Indomaret. Tetapi untuk jumlah konsumen di Indomaret lebih besar dibandingkan dengan pedagang eceran. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor antara lain lokasi yang Indomaret yang nyaman dan luas, bisa dijangkau dengan mudah dan produk yang ditawarkan lebih beragam dibandingkan pedagang eceran. Dengan hal ini meskipun lokasi pedagang eceran dilalui lalu lintas yang ramai tetapi masyarakat lebih tertarik untuk berbelanja ke Indomaret.

### 4. Tempat parkir

Tempat parkir merupakan tempat yang luas dan nyaman untuk tempat parkir kendaraan roda dua maupun roda empat. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat 95% lokasi pedagang eceran tidak memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman untuk roda dua maupun roda empat. Berbanding terbalik dengan Indomaret yang ada di

kecamatan Sidikalang yang menyediakan tempat parkir untuk kendaraan konsumen. Hal ini akan menambah daya tarik masyarakat untuk berbelanja di Indomaret dan akan berdampak pada jumlah pembeli ke pedagang eceran yang ada di kecamatan Sidikalang. Indomaret selalu membangun gerai/toko di lokasi-lokasi yang strategis seperti kawasan perkotaan yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi.

#### **b. Produk**

Produk merupakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Produk biasanya diperjualbelikan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

##### **1) Produk Utama**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang eceran yang menjual kebutuhan pokok yang terdapat di Indomaret yang terdiri dari beras, gula, minyak goreng, telur ayam, susu, garam, dan gas elpiji. Sementara di Indomaret juga menjual produk yang sama bahkan memiliki berbagai jenis merk yang berbeda. Seluruh pedagang eceran mengatakan bahwa dengan adanya Indomaret di kecamatan Sidikalang, masyarakat sekarang lebih memilih untuk berbelanja di Indomaret karena memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih produk yang akan dibeli dan juga produk yang ditawarkan lebih beragam. Hal ini membuat keberadaan Indomaret berdampak

terhadap keberlangsungan usaha pedagang eceran karena masyarakat lebih memilih berbelanja ke Indomaret.

## 2) Produk Pelengkap

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang eceran yang menjual produk pelengkap yang terdiri dari margarin, sarden, dan air galon. Produk pelengkap tersebut merupakan produk yang dijual oleh Indomaret atau pesaing . Hanya beberapa pedagang eceran yang menjual produk pelengkap karena berbagai faktor diantaranya kurang modal untuk pengadaan penjualan gas elpiji dan juga pembeli tidak pernah mencari produk pelengkap seperti sarden, air galon dan margarin. Masyarakat lebih tertarik berbelanja di Indomaret karena semua produk/barang yang dicari lebih lengkap. Hal ini membuat keberlangsungan usaha pedagang eceran terancam dengan kehadiran Indomaret yang memberikan kenyamanan tempat dan keberagaman produk yang dijual.

## c) Produk yang Kurang Diminati oleh Pembeli

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang dijual pedagang eceran yang kurang diminati pembeli dalam satu bulan antara lain sabun mandi, soklin, lem setan, cat rambut dan benang. Pedagang eceran mengatakan kurang diminatinya produk yang mereka jual karena masyarakat membeli produk

tersebut di Indomaret dan juga produk tersebut bukan kebutuhan utama masyarakat melainkan kebutuhan sekunder masyarakat.

### c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu terfokus untuk memenuhi kebutuhan, persyaratan dan ketepatan waktu untuk memenuhi keinginan masyarakat/pelanggan.

#### 1. Jam Buka Usaha

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jam buka usaha pedagang eceran yang paling banyak pukul 06.00 WIB – 22.00 WIB yaitu sebanyak 15 pedagang sedangkan jam buka usaha Indomaret adalah pukul 08.00 - 22.00 hal ini membuat tingkat persaingan pedagang eceran dengan Indomaret cukup besar karena memiliki jam buka yang sama. Pedagang eceran tidak dapat membuat strategi dalam jam buka usaha karena Indomaret memiliki jam buka usaha mulai dari pagi hingga malam hal ini tentunya membuat pedagang eceran tersaingi karena memiliki jam buka yang sama dengan Indomaret. Masyarakat juga lebih memilih berbelanja di Indomaret dibandingkan pedagang eceran karena kebebasan berbelanja dan pelayanan menggunakan kasir. Hal ini membuat keberadaan Indomaret berdampak terhadap penurunan pendapatan pedagang eceran karena pembeli mereka beralih ke Indomaret.

## 2. Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 100% pedagang melayani pembeli dengan waktu yang tepat dan cepat, bersikap simpati dan tangkap terhadap pembeli, sopan santun dan berkomunikasi dengan baik. Menurut Arianto (2018) dalam hal kualitas pelayanan yaitu terfokus untuk memenuhi kebutuhan, persyaratan, dan ketepatan waktu untuk memenuhi keinginan masyarakat/pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian walaupun pelayanan yang baik sudah diterapkan oleh pedagang eceran di kecamatan Sidikalang tetapi masyarakat tetap memilih untuk berbelanja ke Indomaret karena berbagai faktor antara lain karena Indomaret memberikan pelayanan yang lebih ramah dengan adanya kasir, menyediakan produk yang lebih beragam dan kebebasan dalam memilih produk yang diperjualbelikan. Sehingga pedagang eceran akan tersaingi dengan keberadaan Indomaret tersebut dan berdampak terhadap berkurangnya pendapatan pedagang eceran.

### 3. Strategi

Strategi merupakan kumpulan keputusan dan aksi yang diterapkan untuk memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan usaha. Menurut Michael Porter (1985) strategi merupakan sebagai langkah untuk mencapai suatu kelebihan dalam hal persaingan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang eceran melakukan diversifikasi produk/barang yang dijual, membuat harga diskon, meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dan menambah modal usaha dengan mengajukan kredit ke bank. Strategi yang digunakan pedagang eceran di kecamatan Sidikalang menjadi hal yang begitu penting dalam melanjutkan usaha dan bersaing dengan Indomaret untuk keberlangsungan usaha mereka dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan melakukan strategi tersebut pedagang eceran mengatakan menyesuaikan produk yang sering dicari oleh pembeli, melakukan diversifikasi produk yang dijual dan juga menyesuaikan harga dengan Indomaret bahkan mereka menjual dagangannya dengan harga yang lebih murah dari Indomaret.

### 4. Analisis SWOT

Menurut Freddy (2013) analisis SWOT adalah analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang, dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa terdapat lima kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha pedagang eceran yang ada di

kecamatan Sidikalang. Berdasarkan analisis SWOT pada usaha pedagang eceran memiliki kekuatan yang lebih besar dibanding kelemahan dan memiliki peluang lebih besar dibandingkan ancaman yang berada pada kuadran 1. Dengan hal ini pedagang eceran di kecamatan Sidikalang dapat memanfaatkan kekuatan yang ada pada usaha mereka untuk bertahan atas persaingan yang diberikan Indomaret. Strategi yang dapat digunakan pedagang eceran di kecamatan Sidikalang berdasarkan analisis SWOT antara lain ;

a. Strategi *SO (Strength Opportunity)*

- 1) Menambah keberagaman produk/barang yang dijual
- 2) Membuat tata letak lebih bagus dan mengelompokkan jenis-jenis produk yang akan dijual
- 3) Pelayanan yang lebih responsif
- 4) Membuat tempat usaha lebih luas dan nyaman
- 5) Memberikan harga yang lebih murah dibandingkan pesaingnya (Indomaret)

b. Strategi *WO (Weakness Opportunity)*

- 1) Menjual produk yang lebih beragam
- 2) Membuat tata letak produk yang lebih teratur dan efisien
- 3) Menambah modal pinjaman dari bank

c. Strategi *ST (Strong – Threat)*

- 1) Menambah produk untuk bersaing dengan pesaing (Indomaret)

- 2) Membuat tempat usaha senyaman mungkin dengan tata letak produk yang dijual agar lebih tertata dan efisien.
- 3) Selalu melakukan silaturahmi dengan pembeli
- 4) Memberikan pelayanan dengan respon yang cepat
- 5) Tetap menjual barang secara eceran

d. Strategi *WT (Weakness – Threat)*

- 1) Memantau dan mempelajari kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh pesaing dengan produk yang sejenis
- 2) Menjaga kepercayaan pembeli dengan menyediakan produk yang dicari oleh pembeli dan produk yang berkualitas.
- 3) Membuat tempat usaha senyaman mungkin dan menambah keberagaman produk yang dijual.