

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring berjalannya waktu, Indonesia mengalami peningkatan jumlah usaha ritel, mulai dari minimarket hingga supermarket dan hypermarket. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya jumlah usaha ritel dan semakin mewahnya pusat perbelanjaan bagi masyarakat. Dengan penjualan dan layanan sebagai inti dari operasi distribusinya, ritel adalah jenis bisnis apa pun yang secara langsung berfokus pada kemampuan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir (Purwadisastra, 2021). Namun, selain pesatnya pertumbuhan bisnis ritel seperti minimarket di kawasan pemukiman, hal tersebut juga memberikan dampak positif dan negatif terhadap toko-toko kecil di sekitarnya.

Pertumbuhan minimarket tergolong cukup cepat, dan kemungkinan besar semakin lama akan memberikan dampak negatif bagi pedagang lokal. Hal ini berkaitan dengan tren masyarakat yang berpotensi lebih memilih berbelanja di minimarket. Kedekatan lokasi antara toko usaha kecil dengan minimarket yang berada di satu area pelayanan juga mempengaruhi preferensi dalam memilih masyarakat tempat berbelanja. (Iffah et al., 2011).

Pertumbuhan pesat bisnis ritel modern atau minimarket merupakan fenomena yang sejalan dengan perkembangan zaman dan peningkatan jumlah kelas menengah di Indonesia. Survei AC Nielsen menyatakan dari total 5.000 mini market di Indonesia, Alfamart mampu menguasai pangsa pasar sebesar 33%. Alfamart menduduki posisi ke 2 setelah indomaret dengan market share

35% (Rusno, 2008). Saat ini, pengguna ritel modern tidak hanya berasal dari kalangan menengah ke atas, tetapi juga mulai menysar kelas masyarakat menengah ke bawah. Sebelumnya, ritel modern hanya dapat diakses di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Lampung, dan wilayah perkotaan lainnya. Namun kini, ritel modern telah meluas dan mulai berkembang hingga ke daerah-daerah kabupaten, kecamatan, bahkan desa-desa (Pratama & Sanjaya, 2021). Meski demikian, pemerintah perlu mengawasi perkembangan bisnis ini agar tidak mengancam usaha kecil menengah.

Minimarket diklasifikasikan sebagai "Toko Modern" berdasarkan peraturan perundang-undangan. Pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 menyatakan bahwa toko modern adalah toko yang menjual berbagai macam barang eceran melalui sistem swalayan. Toko modern dapat berupa department store, hypermart, minimarket, supermarket, atau toko grosir. Setiap toko modern harus mempertimbangkan keadaan sosial ekonomi lingkungan sekitar serta hubungannya dengan usaha kecil dan menengah lainnya. Masalah perizinan pembukaan toko modern (minimarket) terkait dengan kesenjangan antara minimarket dan usaha kecil dan menengah. Minimarket adalah toko swalayan yang dilengkapi dengan satu atau dua mesin kasir, menjual berbagai macam komoditas sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat. Indomaret dan Alfamart adalah dua contoh minimarket di Indonesia.

Toko modern merupakan tempat di mana konsumen bisa membeli berbagai barang yang diinginkan, namun tidak seperti pasar tradisional, di sini tidak ada proses tawar-menawar karena harga barang sudah ditetapkan

(Timbuleng et al., 2023). Semakin banyaknya jumlah minimarket berdampak pada pedagang tradisional, seperti pedagang kelontong yang menjual produk makanan dan minuman serupa. Mereka merasa semakin khawatir karena bisnis yang telah mereka bangun terancam bangkrut. Hal ini disebabkan oleh konsumen yang lebih memilih berbelanja di minimarket, karena selain tempatnya bersih dan pelayanan yang baik, harga barang juga lebih terjangkau.

Di Indonesia minimarket telah berkembang hingga mencapai kawasan pinggiran kota dengan populasi padat, bahkan sampai ke wilayah pedesaan. Jumlah minimarket yang terus bertambah setiap tahunnya menciptakan persaingan yang ketat, yang membuat posisi pedagang kecil semakin terdesak (Nur & Hasang, 2019). Kehadiran minimarket mulai juga mengancam toko-toko kelontong di sekitar yang menjual makanan dan minuman. Toko kelontong, yang dikelola oleh pemiliknya, menjadi salah satu sumber penghidupan mereka. Bisnis ini mudah dimulai dengan modal kecil dan mampu menghasilkan pendapatan langsung. Toko kelontong memiliki keunggulan dengan melibatkan anggota keluarga sebagai tenaga kerja .

Usaha mikro merupakan kegiatan ekonomi masyarakat dengan skala kecil dan bersifat tradisional dalam proses produksinya. Sementara itu, usaha mikro kecil dan menengah secara istilah merujuk pada usaha kecil yang dijalankan oleh masyarakat, namun bukan termasuk koperasi. Banyak usaha kecil menengah (UKM) mendirikan bisnis mereka di rumah sendiri dan berada di sekitar minimarket (Karimah et al., 2021) . Secara tidak langsung, kehadiran Indomaret dan Alfamart telah mengurangi pendapatan UKM. Keberadaan

pasar tradisional semakin tergeser oleh perkembangan pasar modern yang menawarkan kenyamanan serta pelayanan yang lebih baik dibandingkan pasar tradisional. Bertambahnya jumlah pasar modern membuat pasar tradisional semakin kurang mendapat perhatian. Selain itu, persepsi masyarakat yang menganggap bahwa produk di pasar tradisional kurang berkualitas dan pelayanannya tidak memuaskan (Muhzinat & Achiria, 2019). Keberadaan minimarket telah memberikan persaingan terhadap usaha kecil menengah tentunya akan memberikan rasa kecemburuan oleh pelaku usaha kecil menengah kepada indomaret dan alfamart.

Kecamatan Sidikalang, yang merupakan ibu kota Kabupaten Dairi di Provinsi Sumatera Utara, terdiri dari 11 desa atau kelurahan. Secara geografis, Sidikalang terletak di bagian Barat Laut Sumatera Utara dengan luas wilayah 70,67 km<sup>2</sup>. Kecamatan ini memiliki tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi di Kabupaten Dairi, dengan jumlah penduduk pada tahun 2022 mencapai 54.528 jiwa dan kepadatan 771,59 jiwa per km<sup>2</sup>. Di Kecamatan Sidikalang, terdapat beberapa Indomaret dan Alfamart yang tersebar di jalan-jalan utama Kota Sidikalang.

Tingginya jumlah penduduk di Kota Sidikalang telah mendorong perkembangan pesat Indomaret dan Alfamart. Masyarakat, baik di desa maupun kota, lebih memilih berbelanja di kedua gerai ini karena pelayanan yang baik, variasi produk yang lebih beragam, serta kebebasan dalam memilih barang. Berbeda dengan usaha toko kelontong, yang umumnya memiliki keterbatasan dalam variasi produk, kebebasan memilih barang, serta

menghadapi berbagai kendala lainnya. Lokasi Indomaret dan Alfamart yang strategis juga menjadi alasan konsumen lebih cenderung berbelanja kebutuhan harian di sana daripada di usaha kecil menengah.

Pembangunan gerai Indomaret dan Alfamart di Sidikalang kini semakin marak, dengan cabang yang hampir tersebar di setiap sudut kota yang berpenduduk cukup padat. Kehadiran Indomaret dan Alfamart di Sidikalang dimulai sejak tahun 2015 dan terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Saat ini, Kecamatan Sidikalang memiliki 8 gerai Indomaret dan 2 gerai Alfamart yang tersebar di berbagai jalan utama di kota. Beberapa gerai tersebut berada dekat dengan usaha pedagang kecil menengah, yang bertentangan dengan peraturan presiden No. 112/2007 yaitu jarak antara minimarket dan dengan usaha pedagang eceran minimal 1 kilometer. Keberadaan Indomaret dan Alfamart tentunya memberikan dampak yang beragam, seperti menarik konsumen dengan fasilitas dan layanan yang modern, menggunakan sistem kasir untuk pembayaran, menjual produk yang lebih beragam, serta menyediakan tempat yang luas dan nyaman. Selain itu, mereka memiliki modal yang besar dan lokasi yang strategis di sekitar pemukiman. Di sisi lain, berbelanja di usaha toko kelontong masih menggunakan sistem yang lebih sederhana dengan pembayaran tunai. Kelebihan yang dimiliki oleh Indomaret dan Alfamart ini tentu mempengaruhi keberlangsungan usaha dari para pedagang kecil menengah.

Masyarakat saat ini merasa lebih puas berbelanja di toko ritel terkenal karena berbagai alasan. Salah satunya adalah karena toko-toko ritel besar ini

dianggap lebih dapat diandalkan dalam hal kebersihan dan keamanan produk, berkat prosedur yang tertata rapi dan jaminan keamanan produk (Yosephine et al., 2022). Indomaret dan Alfamart menawarkan berbagai barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti makanan, sayuran, buah-buahan, camilan, dan produk kebersihan seperti sabun. Dengan produk yang beragam dan pengaturan yang rapi, masyarakat lebih memilih memenuhi kebutuhan mereka di kedua toko ini dibandingkan dengan usaha kecil menengah (UKM). Dari sudut pandang pedagang kelontong dan warung tradisional, keberadaan minimarket membawa dampak negatif, antara lain berkurangnya jumlah konsumen, penurunan omset, dan ketidak mampuan bersaing (Rozi, 2019). Keberadaan Indomaret dan Alfamart membawa dampak terhadap penurunan pendapatan. Sementara, UKM merupakan bagian dari pemenuhan kebutuhan keluarga, maka UKM harus tetap bertahan karena pemasukan uang untuk keluarga berasal dari UKM, walaupun sebagian ada yang bekerja diluar dari usaha ini. Oleh sebab itu perlu diketahui cara UKM ini tetap bisa bertahan ditengah tengah minimarket yang terus berkembang.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan oleh penulis jumlah minimarket modern ada 10. Masyarakat banyak memilih berbelanja ke indomaret dan alfmart untuk membeli keperluan mereka karena lebih leluasa untuk berbelanja. Sedangkan usaha kecil menengah seperti toko kelontong menjadi berkurang. Pembangunan toko indomaret dan alfamart mungkin bisa lebih menjaga jarak 1 kilometer dari usaha kecil menengah dan lebih melihat lokasi. Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas maka penulis

tertarik melakukan penelitian kajian yang mendalam tentang Strategi Bertahan UKM Yang Berada Disekitar Minimarket Modern Di Kecamatan Sidikalang.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, untuk identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Pembangunan Indomaret dan Alfamart yang semakin marak menyebabkan pendapatan usaha kecil menengah menurun.
2. Implementasi peraturan dan kebijakan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, yang mengatur bahwa jarak minimarket dengan pasar tradisional minimal 1 kilometer tidak berjalan.
3. Modal Usaha Kecil Menengah yang terbatas.
4. Belum adanya informasi yang jelas terkait strategi bertahan usaha kecil menengah ditengah tengah minimarket modern yang semakin berkembang.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini, batasan masalah berfokus strategi bertahan usaha kecil menengah yang berada di sekitar minimarket modern di Kecamatan Sidikalang.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah penelitian ini, maka rumusan masalah berfokus pada Bagaimana strategi bertahan Usaha Kecil Mengah yang berada di sekitar minimarket modern di kecamatan Sidikalang?

## **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi bertahan usaha kecil menengah yang berada di sekitar minimarket modern di Kecamatan Sidikalang

## **F. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini memberikan informasi terkait strategi bertahan hidup UKM yang berada di sekitar minimarket modern di Kecamatan Sidikalang.

### **b. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian sebagai pengetahuan bagi strategi bertahan UKM yang berada di sekitar minimarket modern.

#### **b. Bagi masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi tempat penelitian dan memberikan informasi terhadap usaha kecil menengah di Kecamatan Sidikalang dan menjadi pertimbangan untuk mengembangkan usaha kecil menengah.

#### **c. Bagi Pemerintah**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah daerah, terutama dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk mengatasi permasalahan pasar modern dan pasar tradisional di

wilayahnya, sehingga kesejahteraan dan pembangunan ekonomi dapat terwujud



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY