



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian masyarakat diikuti dengan pertumbuhan bisnis ritel yang semakin pesat. Indonesia dengan jumlah penduduk ke-empat terbanyak di dunia setelah Cina dan India memiliki potensi yang sangat besar bagi pasar ritel. Salah satu jenis pasar modern yang saat ini sedang berkembang pesat menawarkan kemudian karena lokasi toko atau gerai yang dekat dengan konsumen serta mengutamakan kepraktisan dan kecepatan atau waktu yang tidak lama dalam berbelanja, Salah satu ritel yang kita kenal adalah minimarket (Subarsono, 2014).

Minimarket adalah sebuah tempat yang kecil tetapi menjual barang-barang bervariasi dan lengkap seperti yang ada didalam pasar, sebuah minimarket sebenarnya adalah semacam toko kelontong atau yang menjual segala macam barang dan makanan, perbedaannya disini minimarket telah menggunakan konsep sistem swalayan dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak minimarket dan membayarnya di meja mesin kasir (Elisa, 2018).

Perkembangan ritel modern di Indonesia semakin pesat, termasuk di wilayah Gresik. minimarket modern seperti Indomaret dan Alfamart semakin menjamur, menawarkan kemudahan berbelanja dengan harga kompetitif, fasilitas lengkap, dan lokasi strategis. Keberadaan minimarket modern di sekitar fasilitas publik, seperti rumah sakit, menjadi tantangan bagi warung



tradisional, termasuk warung madura.

Persaingan tersebut tidak dapat dipandang ringan, karena menurut berbagai penelitian, keberadaan ritel modern kerap menggerus pasar warung kecil sehingga banyak yang tidak mampu bertahan. Minimarket modern memiliki modal besar, manajemen profesional, serta dukungan jaringan distribusi yang luas, sedangkan warung tradisional umumnya dikelola secara sederhana dengan keterbatasan modal dan sumber daya manusia. Secara logis, warung tradisional akan semakin terpinggirkan oleh dominasi ritel modern.

Warung Madura merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang banyak dijumpai di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Gresik. Warung ini memiliki ciri khas yang membedakannya dari warung tradisional pada umumnya, seperti beroperasi 24 jam, harga relatif lebih murah karena bebas pajak, menjual produk eceran, menyediakan bensin, serta memiliki hubungan sosial yang erat dengan pelanggan, misalnya memberikan fasilitas hutang bagi yang sudah dikenal. Keunikan ini menjadikan Warung Madura tidak hanya berperan sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari sistem sosial di masyarakat.

Namun, keberadaan Warung Madura kini dihadapkan pada persaingan ketat dengan minimarket modern yang semakin menjamur di Kabupaten Gresik. Di sekitar lokasi penelitian, dua warung Madura yang menjadi objek kajian Zakila Mart dan Barokah Zaim berhadapan langsung dengan minimarket modern. Zakila Mart berjarak ± 34 meter dari Alfamart KH. Kholil Pekelingan, sedangkan Barokah Zaim hanya berjarak ± 18 meter dari



Indomaret Wachid Hasyim.

Minimarket modern tersebut memiliki strategi bisnis yang menjadi tantangan besar bagi warung tradisional. Pertama, mereka rutin menawarkan harga promo seperti diskon, bundling, dan member card yang menarik minat konsumen. Kedua, minimarket menyediakan ruangan ber-AC yang bersih dan nyaman, sehingga memberi pengalaman belanja yang lebih modern. Ketiga, mereka memiliki stok barang yang lengkap dan seragam dengan dukungan rantai pasok skala besar. Strategi ini membuat minimarket menjadi pilihan utama bagi sebagian konsumen, terutama yang mengutamakan kenyamanan dan kelengkapan produk.

Secara logis, kondisi tersebut akan mempersulit warung tradisional untuk bertahan. Namun, fenomena menarik terjadi pada Warung Madura Zakila Mart dan Barokah Zaim. Meskipun berhadapan langsung dengan minimarket modern yang memiliki keunggulan fasilitas dan strategi pemasaran, kedua warung ini tetap bertahan dan mempertahankan basis pelanggan. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan akademik: strategi apa yang membuat Warung Madura mampu bertahan di tengah ekspansi minimarket modern yang begitu agresif?

Warung Madura dikenal dengan fleksibilitas waktu operasional (Buka 24 Jam), harga yang kompetitif (terjangkau), Barang yang lengkap atau komplit serta kedekatan dengan pelanggan. Warung tradisional seperti warung madura harus memiliki strategi khusus agar tetap bertahan dan bersaing di Tengah kondisi pasar yang semakin Kompetitif. Bagaimana dia



sebagai warung yang dikelola tradisional dengan semangat 24 Jam mampu bertahan untuk memberikan layanan yang terbaik untuk konsumen dengan harga yang terjangkau, pelayanan maksimal 24 Jam dengan menyediakan aneka kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Warung Madura yang umumnya merupakan usaha kecil yang didirikan dan dikelola oleh individu atau satu keluarga yang dikelola secara tradisional serta konvensional dengan modal sendiri. Warung tradisional biasanya didirikan bersama dengan rumah pemiliknya atau menyewa ruko oleh orang lain untuk menyediakan berbagai kebutuhan dasar masyarakat sekitarnya. Warung tradisional berbeda dari minimarket modern dalam hal pelayanannya. Di warung tradisional, pembeli tidak dapat mengambil barang yang mereka inginkan seperti di minimarket modern, tetapi harus memberi tahu penjaga warung dengan jelas agar mereka dapat mengambilnya.

Perkembangan pasar modern yang sangat pesat akan berdampak terhadap pasar tradisional. Hal ini dapat dilihat dari penerapan sistem pengelolaan yang profesional dalam pasar modern. Pasar di era modern ini tidak hanya berhubungan dengan jual beli barang dan proses tawar-menawar akan tetapi pasar juga mampu menyesuaikan gaya hidup masyarakat sehingga pasar dapat berkembang dan mampu menciptakan daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Pengertian Pasar secara fisik menurut Perpres RI No: 112 Tahun 2007 ialah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu dan biasa disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional maupun pasar



modern.

Warung Madura Zakila Mart dan Barokah Zaim sebuah Warung Madura yang berada di daerah Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik, menghadapi persaingan langsung dengan minimarket di sekitarnya. Oleh karena itu, penting untuk meneliti strategi yang diterapkan oleh warung ini dalam mempertahankan keberlangsungannya di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi yang diterapkan warung madura (Zakila Mart) dan (Barokah Zaim) dalam menghadapi persaingan dengan minimarket di Daerah Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik?
- b. Faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing warung madura dalam mempertahankan usahanya di tengah persaingan dengan minimarket?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan Warung Madura (Zakila Mart) dan (Barokah Zaim) dalam menghadapi persaingan dengan minimarket di Daerah Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik.
- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing warung Madura dalam mempertahankan usahanya di tengah persaingan dengan minimarket.



1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan mengenai strategi bisnis dalam dunia usaha mikro, khususnya bagi warung tradisional dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern.
2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait strategi bertahan usaha kecil di tengah persaingan pasar.

b) Manfaat Praktis

1. Memberikan rekomendasi bagi pemilik Warung Madura Zakila Mart dan Barokah Zaim untuk meningkatkan strategi bertahan dan bersaing dengan minimarket.
2. Memberikan wawasan bagi pelaku usaha mikro lainnya dalam mengelola bisnis secara lebih adaptif dan kompetitif.
3. Menjadi masukan bagi pemerintah atau instansi terkait dalam menyusun kebijakan yang mendukung keberlangsungan usaha kecil