

SKRIPSI

**PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN
RETAIL TRADISIONAL
(Studi Di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung
Tengah)**

Oleh:

**NICKEN AYU AULIAN PUTRI
NPM. 1502040075**



Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/ 2020 M**

**PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN
RETAIL TRADISIONAL**
(Studi Di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung
Tengah)

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**NICKEN AYU AULIAN PUTRI
NPM. 1502040075**

**Pembimbing I : Hj.Siti Zulaikha,S.Ag.MH
Pembimbing II : Wahyu Setiawan, M.Ag**

**Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomidan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441H / 2020 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN
RETAIL TRADISIONAL (STUDI DI KELURAHAN
TEMPURAN KECAMATAN TRIMURJO LAMPUNG
TENGAH)


Nama : Nicken Ayu Aulian Putri
NPM : 1502040075
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

MENYETUJUI

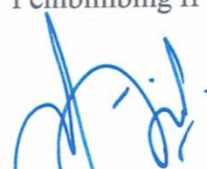
Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Jurusan Ekonomi
Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Januari 2020

Pembimbing I


Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001

Pembimbing II


Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di -

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Nicken Ayu Aulian Putri
NPM : 1502040075
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : PERSAINGAN RETAIL MODERN DENGAN RETAIL
TRADISIONAL (STUDI DI KELURAHAN TEMPURAN
KECAMATAN TRIMURJO LAMPUNG TENGAH)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Metro, Januari 2010

Pembimbing I



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 197206111998032001

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725)4507, Fax.(0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 0358 / 10.28.3 / D / PP.00.9 / 01 / 2020

Skripsi dengan Judul : PERSAINGAN BISNIS *RETAIL* MODERN DENGAN *RETAIL* TRADISIONAL (Studi di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah), disusun Oleh: Nicken Ayu Aulian Putri, NPM: 1502040075, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/ 20 Januari 2020.

TIM PENGUJI

Ketua/Moderator : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

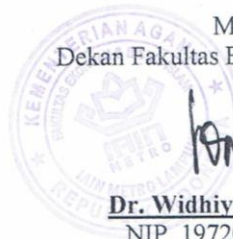
Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Wahyu Setiawan, M.Ag

Sekretaris : Muqtashidin Fahrusy Syakirin Al Hazmi, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

**PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN
RETAIL TRADISIONAL
(Studi Di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung
Tengah)**

ABSTRAK

**Oleh
NICKEN AYU AULIAN PUTRI**

Fenomena perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat khususnya dalam bisnis ritel. Secara umum bisnis ritel terbagi dua bagian, yaitu ritel modern dan ritel tradisional. Bentuk dari ritel modern yang bisa memodernisasikan dirinya dalam memenuhi kebutuhan para konsumen yang semakin beragam ini memacu pendirian jaringan ritel modern khususnya Indomaret sampai ke pelosok daerah. Sedangkan ritel Tradisional seperti warung kelontong yang sudah terlebih dahulu hadir dan banyak dijumpai di daerah-daerah dan pinggiran kota, menganggap kehadiran ritel modern ini menjadi persaingan bagi usaha mereka. Persaingan makin terlihat ketika gerai indomaret yang berdekatan dengan lokasi warung kelontong dikhawatirkan dapat menggeser eksistensinya. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan terkait persaingan bisnis ritel modern dengan ritel tradisional di kelurahan Tempuran kecamatan Trimurjo kabupaten Lampung Tengah.

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan tentang persaingan bisnis ritel modern dengan ritel tradisional. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan skunder. Informan utama dalam penelitian ini berjumlah 1 Indomaret dan 6 warung Kelontong. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah kehadiran indomaret yang berdekatan dengan warung kelontong ini mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat. Indomaret lebih unggul dalam menyuguhkan produk, fasilitas dan pelayanan untuk menarik konsumen, hal ini menyebabkan terjadinya penurunan jumlah pembeli dan pendapatan warung kelontong. Strategi yang dilakukan oleh warung kelontong dalam menghadapi persaingan lebih terfokus pada harga yang lebih murah tanpa memperhatikan karakteristik dari ritel modern dalam menjalankan usahanya.

Kata Kunci: *Persaingan, Retail Modern, Retail Tradisional dan Strategi*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nicken Ayu Aulian Putri
NPM : 1502040075
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Januari 2020
Yang Menyatakan,



Nicken Ayu Aulian Putri
NPM. 1502040075

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*. (QS. An-Nisa’ : 29).

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, peneliti mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Orangtuaku Bapak Bayadi dan Ibu Erni Wati yang senantiasa memberikan dukungan penuh baik dukungan moril berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Saudara-saudaraku Mas'amah, Tatang, M. Nabil Erdiansyah dan M. Rehan.
3. Sahabatku yang selalu menemani dan membersamaiku Anita Fitriana, Septa Talitha zadah, Dwi wininggar, Aprida Kurniasih serta Rida Melani
4. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015, terkhusus Kelas C yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
5. Almamaterku, Institut Agama Islam Negari (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah Swt, yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat Iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar tanpa hambatan yang berarti. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw, seorang Nabi yang patut di teladani baik dalam perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah-mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau di yaumul akhir. Aamin.

Peneliti skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (SE).

Di dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M. Hum Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dharma Setyawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

4. Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH selaku pembimbing I dan Bapak Wahyu Setiawan,M. Ag selaku pembimbing II yang telah member bimbingan, masukan, dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademik Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Kepala Kelurahan, Pemilik Warung Kelontong dan Kepala Toko Indomaret di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah yang telah memberikan informasi dan mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian ini

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penulisan karya ilmiah selanjutnya. Dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan bagi pihak-pihak yang terkait.

Metro, Januari 2020
Peneliti,



Nicken Ayu Aulian Putri
NPM. 1502040075

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	9
D. Penelitian Relavan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Pasar	13
1. Pengertian Pasar	13
2. Fungsi Pasar	14
3. Jenis-jenis Pasar	14
4. Struktur Pasar	16
B. Persaingan Bisnis Ritel	20
1. Pengertian Persaingan Bisnis	20
2. Faktor-faktor Persaingan Bisnis	21
3. Bisnis Ritel Modern dan Tradisional	23
4. Ritel Tradisional dan Warung Kelontong	25
5. Ritel Modern dan Indomaret	28
6. Strategi Dalam Persaingan Bisnis Ritel	30
7. Persaingan Bisnis Ritel Modern dan Ritel Tradisional	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	38
B. Sumber Data.....	39
C. Teknik Pengumpulan Data.....	41
D. Teknik Analisis Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo	44
1. Sejarah Singkat Kelurahan Tempuran	44
2. Keadaan Demografi Kelurahan Tempuran	45
B. Telaah Terhadap antara Warung Kelontong dengan Indomaret di kelurahan Tempuran Kec. Trimurjo.....	46
1. Persaingan Bisnis Retail Modern dengan Retail Tradisional di Kelurahan Tempuran Kec. Trimurjo.....	47
2. Analisis Persaingan Bisnis Retail Modern dengan Retail Tradisional	55
3. Strategi Warung Kelontong untuk mempertahankan usahanya dalam menghadapi persaingan bisnis	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Persebaran Minimarket dan Warung Klontong di kecamatan Trimurjo Tahun 2017	7
Table 4.1 Jumlah Indomaret dan warung Kelontong di Kelurahan Tempuran Berdasarkan Kriteria	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan kegiatan dalam usaha yang menyebabkan barang dan jasa diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Perjalanan dari waktu ke waktu, diharapkan kemampuan suatu negara dalam menghasilkan barang dan jasa semakin meningkat, pertumbuhan ekonomi yang tinggi merupakan dambaan semua Negara. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi.¹

Keberhasilan pembangunan ekonomi dapat terlihat dengan tumbuhnya kemakmuran masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatan yang sesuai dengan kebutuhan hidup dan standar hidup yang layak. Upaya yang bisa dilakukan individu untuk mencapai kemakmuran hidupnya dengan cara mencari nafkah yang sesuai dengan norma agama dan norma sosial yang berlaku. Salah satu upaya individu mencari nafkah yaitu dengan cara berbisnis.

Trend yang sudah menjadi fenomena berkembang, masyarakat mulai sadar ketika persaingan kerja semakin tinggi, orang cenderung berbisnis, ketimbang menunggu waktu lama untuk menanggung.² Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di dalam negeri beberapa tahun terakhir lebih banyak di dorong oleh *demand side* dan sektor konsumsi, hal ini membuat sektor

¹Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia Tinjauan Historis, Teoritis, dan Empiris*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2014), 87.

²Etika sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2016), 143.

perdagangan dan jasa khususnya bisnis ritel menjadi semakin diminati. Selain itu semakin tumbuh dan berkembangnya perekonomian selama ini memacu pendirian jaringan pasar modern sampai ke pelosok daerah.³

Menurut Kotler dan Amstrong, ritel adalah aktivitas bisnis antara produsen dengan konsumen secara langsung tanpa perantara. Aktivitas ritel di dalam masyarakat selalu identik dan terbatas pada aktivitas toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari seperti produk sembako, perawatan tubuh dan kebutuhan rumah tangga. Secara umum perkembangan jenis perdagangan ritel terbagi dalam dua bagian, yaitu ritel modern dan ritel tradisional.⁴

Ritel modern adalah bentuk ritel yang dituntut untuk bisa memodernisasikan dirinya dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan berbelanja, kepastian harga dan melengkapi keanekaragaman barang.⁵ Ciri lain dari ritel modern yaitu memiliki modal kuat, pembayaran dapat menggunakan kartu kredit, kartu debit, menggunakan prinsip swalayan, banyak terdapat promosi, dan hadiah. Umumnya ritel ini dikelola oleh pihak swasta. Sedangkan Ritel Tradisional adalah ritel yang masih banyak digunakan oleh peritel yang tinggal di daerah-daerah dan pinggiran kota. Ciri utama dari peritel ini adalah manajemen belum profesional, modal kecil, produk yang dijual tidak begitu banyak jenis dan merknya. harga tawar menawar, transaksi tunai, jarang adanya promosi, kondisi bangunan

³Arfan Pratama, *Dampak waralaba dan Minimarket Terhadap Pasar Tradisional (Studi kasus Pasar Induk Bandar jaya lampung tengah)* (Metro: Skripsi IAIN Metro,2017), 2.

⁴Michael adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*(Jakarta:PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia 2010), 1.

⁵Dwi Suhartanto,*Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*(Bandung:ALFABETA CV 2107), 5

umumnya sempit dan kurang terawat.⁶ Dengan demikian dari penjelasan tersebut, indomaret masuk kedalam jenis bisnis ritel modern dan warung kelontong masuk kedalam jenis bisnis ritel tradisional

Pada industri ritel yang terus berkembang pertumbuhannya saat ini ialah ritel modern seperti minimarket. Pertumbuhan minimarket di atas 15% per tahun. Salah satu minimarket terbesar di Indonesia adalah Indomaret, dengan total gerai >16.336 (per januari 2019) dan pertumbuhannya sampai dengan 7 gerai perharinya. Saat ini terdapat 28 kantor cabang tersebar diberbagai wilayah Indonesia.⁷ Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Peritel yang sudah lebih dulu ada yaitu toko tradisional atau lebih dikenal dengan warung kelontong, yaitu salah satu bentuk industri kecil/usaha keluarga dengan pekerja 1-5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri, dengan modal yang relatif kecil, yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari dan menyebar luas di pemukiman warga.⁸

Strategi yang keliru adalah ketika peritel tidak mengikuti arah evaluasi bisnis ritel kearah yang lebih *modern* dan tetap menjalankan konsep ritel tradisional. Dari tahun ke tahun konsep tokonya tidak berubah sehingga

⁶ Dianur Himawati, Chaikal Nuryakin, "Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol.17 No.2 januari 2017, 196 diunduh pada tanggal 30 Oktober 2019 Pukul 22:00 wib
⁷<https://www.ecc.ft.ugm.ac.id/employer/site/view/813/profil-pt-indomarco-prismatama-indomaret-group> diunduh pada tanggal 26 Mei 2019 pukul 22:17 wib

⁸Wita Dwika Listihana, et al., "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan warung Tradisional Di Kecamatan Rumbai Pekan Baru," *Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol.11, No.1/ Maret 2014, 556.

ketinggalan zaman. *Service* tidak ditingkatkan sehingga tidak bisa mematok harga yang lebih tinggi. Inilah salah satu penyebab peritel tradisional ketinggalan dari ritel modern.⁹

Masuknya minimarket khususnya Indomaret ke pemukiman warga memberi warna baru dalam perdagangan, secara tidak langsung memperlihatkan sistem perekonomian kapitalis mulai menjajah. Sistem kapitalis sangat menguntungkan bagi para pemilik modal yang sangat leluasa untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya dan dengan mudah mengembangkan usahanya. Sedangkan bagi para pedagang tradisional yang memiliki modal kecil sulit untuk mengembangkan bisnisnya ketika tidak mampu bersaing dengan ritel modern.

Awalnya bisnis retail modern hanya menjangkau daerah perkotaan di Indonesia, tetapi semakin majunya teknologi dan meningkatnya kebutuhan ekonomi menyebabkan ritel modern menjangkau lebih banyak lagi konsumen sampai ke daerah pelosok, yang menjadi perdebatan jarak antara berdirinya indomaret dengan warung kelontong berdekatan, bahkan jaraknya hanya beberapa meter saja.

Menurut peneliti faktor inilah yang dapat menimbulkan persaingan. Para pembisnis ritel modern terus mengambil kesempatan untuk lebih mengembangkan bisnisnya dan membuka gerai-gerai baru di sekitar pemukiman warga di kota-kota kecil sehingga dikhawatirkan terdapat persaingan yang tidak sehat serta akan menggeser keberadaan warung-

⁹Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis*, 9.

warung kelontong yang sudah lebih dulu ada karena tidak mampu berkompetisi.

Di dalam Islam, dilarang menzalimi sebagian dari sebagian yang lain. Islam mengajarkan umat muslim dalam melakukan kegiatan perekonomian harus berasaskan saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain. Meskipun Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha, namun dalam hal kompetisi harus dengan persaingan yang sehat. Sebagaimana Allah Swt berfirman dalam al-Quran surah an-Nisa (4) ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.”

Surat tersebut berbicara tentang keutamaan berdagang dan Allah melarang orang-orang mukmin menjadi tamak dan rakus terhadap hak orang lain dengan cara yang bathil. Seseorang tidak diperbolehkan mengambil dan menyerobot harta orang lain tanpa izin pemiliknya. Semua orang diwajibkan bersungguh-sungguh dalam mencari rezeki, tidak menyerobot apalagi dengan

jalan kejahatan atau kecurangan, atas hak orang lain yang bisa menimbulkan kekacauan dan kerusakan.¹⁰

Upaya pemerintah terhadap pembinaan toko modern diatur dalam Perpres No 112 tahun 2007 tentang pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil menengah, yang ada diwilayah bersangkutan. Serta memperhatikan jarak antara pusat berbelanja atau *Hypertmart* dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.¹¹

Kecamatan Trimurjo merupakan salah satu daerah yang berada di kabupaten Lampung Tengah kini sudah terdapat beberapa Indomaret yang berdiri di daerah kecamatan Trimurjo, Munculnya indomaret ini didorong dengan semakin meningkatnya kebutuhan sehari-hari. Sementara ada warung kelontong yang berdiri berdekatan dengan lokasi minimarket yang tersebar di wilayah kecamatan Trimurjo. Adapun persebaran indomaret serta warung kelontong di kecamatan Trimurjo dapat dilihat melalui Tabel 1.1

¹⁰Teuku Muhammad Hasbi ash-shiddiegy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur I(surat 1-4)* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra,2000),835.

¹¹Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat berbelanja dan toko modern, pasal 4 ayat (1) huruf (a) dan (b).

Table 1.1
Jumlah persebaran Minimarket dan warung Kelontong di
Kecamatan Trimurjo tahun 2017¹²

No	Kampung	Minimarket	Warung Kelontong/ Langsam	Jumlah
1.	Adipuro	1	19	20
2.	Liman Benawi		31	31
3.	Depok Rejo		45	45
4.	Tempuran	1	15	16
5.	Simbar Waringin	2	25	27
6.	Trimurjo		37	37
7.	Noto Harjo		64	64
8.	Untoro	1	17	18
9.	Purwoadi		20	20
10.	Purwodadi		60	60
11.	Pujo Dadi		21	32
12.	Pujo Kerto		50	50
13.	Pujo Basuki		16	16
14.	Pujo Asri		17	17

Sumber: Monografi, potensi dan profil desa, Trimurjo dalam angka 2018

Dari data tersebut minimarket yang berada di kecamatan Trimurjo lebih sedikit dari jumlah warung kelontong yang berada di kecamatan Trimurjo tersebut, namun dilihat jumlah warung kelontong di kelurahan yang tidak terdapat minimarket jumlahnya lebih banyak daripada jumlah warung kelontong di kelurahan yang terdapat minimarketnya.

Berdasarkan hasil survei dengan indomaret di kelurahan Tempuran tentang pendapatannya perhari tidak menentu (naik turun) sesuai dengan jumlah pengunjung yang datang saja. Jam operasional indomaret ini dimulai dari pukul 07.00-22.00 Wib dan tidak ada hari Liburnya.¹³ Hasil survei dengan beberapa pemilik warung kelontong yang berada di kelurahan

¹²<https://lampungtengahkab.bps.go.id/publication/2018/09/26/a3575f310ccc49b3faaeb886/trimurjo—dalam-angka-2018.html> diunduh pada tanggal 7 September 2019

¹³ Survei dengan Ibu Angela , kepala toko Indomaret Tempuran, (Tempuran: 22 Juli 2019)

tempuran, sudah mendirikan warung kelontongnya sejak tahun 2010 sebelum berdiri indomaret di tempuran tersebut, mengatakan jumlah pembeli di warung kelontong miliknya menurun setelah berdirinya indomaret tersebut.¹⁴ Bahkan pemilik warung kelontong menambahkan jam operasional warungnya sampai dengan pukul 24.00 Wib untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi setiap harinya,¹⁵

Hasil survei dengan beberapa konsumen bisnis ritel, konsumen lebih dominan berbelanja di warung kelontong alasannya karna harganya lebih murah, tetapi dia akan berbelanja di Indomaret apabila tidak menemukan barang yang dijual di warung kelontong dan jika kebetulan melintasi Indomaret saja.¹⁶ Sementara konsumen lain memberikan penjelasan bahwa dia lebih memilih berbelanja di Indomaret apabila terdapat diskon dan karena lebih praktis berbelanja di Indomaret untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁷

Berdasarkan hasil survei yang peneliti lakukan bahwa setelah adanya indomaret di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo ini membuat usaha warung-warung kelontong mengalami penurunan jumlah pembeli dan pendapatannya, mereka harus menambahkan jumlah jam operasional untuk mendapatkan pendapatan lebih dan menjual produk yang tidak disediakan oleh indomaret. Konsumen berbelanja di indomaret karena adanya produk dengan harga promosi dan lebih praktis berbelanja dan konsumen yang

¹⁴Survei dengan Ibu Budiastuti, pemilik warung kelontong di Simbawaringin, (Simbawaringin: 5 agustus 2019)

¹⁵Survei dengan Ibu Dewi, Pemilik warung kelontong di tempuran, (Tempuran: 22 Juli 2019)

¹⁶Survei dengan Virgi konsumen warung kelontong,(Tempuran:1 september 2019)

¹⁷Survei dengan Dimas Konsumen Indomaret (Tempuran: 1 september 2019)

memilih berbelanja di warung kelontong karena harganya yang murah. Jadi para peritel tersebut harus bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat ini agar usaha yang mereka miliki tetap eksistensi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN RETAIL TRADISIONAL (STUDI DI KELURAHAN TEMPURAN KECAMATAN TRIMURJO LAMPUNG TENGAH)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional di kelurahan tempuran kecamatan trimurjo?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan warung kelontong untuk bertahan menghadapi persaingan dengan indomaret?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tentang persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional di kelurahan tempuran kecamatan trimurjo

- b. Untuk memahami strategi yang dilakukan warung kelontong agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan indomaret.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki mamfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan serta dapat dipergunakan sebagai referensi litelatur kepustakaan terkait dengan kajian mengenai persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional

- b. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian Ini yaitu dapat dijadikan bahan Pertimbangan dan Masukan bagi Pihak toko/warung kelontong untuk mempertahankan usahanya meskipun sudah muncul persaingan dari bisnis ritel yaitu khususnya Indomaret.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan Dikaji.¹⁸ Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan terhadap karya ilmiah, peneliti menemukan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti, yaitu:

¹⁸ LP2M, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada , 2016), 37.

Penelitian yang berjudul Dampak Waralaba dan Minimarket Terhadap Pasar Tradisional pada tahun 2017, Institut Agama Islam Negeri Metro, dilakukan Oleh Arfan Pratama. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak dari banyaknya waralaba dan minimarket terhadap pasar tradisional, didukung dengan pelayanan, kenyamanan dan keamanan yang baik.¹⁹ Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti mempunyai kajian yang berbeda, meskipun penelitian di atas sama-sama membahas tentang keberadaan dari bisnis ritel modern terhadap ritel tradisional. Namun peneliti lebih membahas kepada bisnis ritel yang lebih memfokuskan pada persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional.

Penelitian selanjutnya berjudul Pengaruh Keberadaan Giant Ekspres Terhadap Persaingan Bisnis dengan PB Swalayan Metro, pada tahun 2016, dilakukan oleh Nur Handayani. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persaingan bisnis antara dua waralaba modern yang lokasinya berdekatan.²⁰ Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa penelitian yang dilakukan peneliti memiliki fokus hampir sama, yaitu sama-sama membahas tentang persaingan bisnis, namun perbedaannya adalah penelitian di atas hanya fokus pada persaingan bisnis sesama ritel modern saja, sedangkan peneliti membahas mengenai persaingan bisnis ritel modern yaitu indomaret dengan ritel tradisional yang diwakili oleh warung kelontong. Serta menampilkan

¹⁹Arfan Pratama, *Dampak waralaba Terhadap Pasar tradisional, studi kasus pasar induk Bandar jaya Lampung Tengah* (Metro: Skripsi IAIN Metro, 2017).

²⁰Nur Handayani, *Pengaruh Keberadaan Giant Ekspres Terhadap Persaingan Bisnis dengan PB swalayan Metro*, (Metro: Skripsi IAIN Metro, 2016).

strategi untuk bertahan dari persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional.

Kemudian peneliti juga mengutip penelitian yang dilakukan oleh Putri Retno sari yang berjudul Analisis Prilaku Konsumen Terhadap Pasar Modern dan Dampaknya Terhadap Warung Kelontong Di Kota Bengkulu pada tahun 2018. Fokus penelitian ini adalah tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih berbelanja di pasar modern serta mencari dampak negatif dan positif yang timbul dari keberadaan pasar modern terhadap warung kelontong.²¹ Berbeda dengan penelitian yang dikaji, peneliti lebih fokus pada bagaimana persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional dan bagaimana strategi yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan bisnis.

²¹Putri Retno Sari, *Analisis Prilaku Konsumen Terhadap Pasar Modern dan Dampaknya Terhadap Warung Kelontong di Kota Bengkulu*, (Yogyakarta:skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Pasar

1. Pengertian pasar

Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. pasar menurut kajian Ilmu Ekonomi memiliki pengertian pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.²²

Menurut William J.Stanton pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar:²³

- a. Orang dengan segala keinginannya.
- b. Daya beli mereka
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka.

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang, tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk

²²Eko suprayitno,*Ekonomi Mikro Persepektif Islam* (Malang:UIN Malang press,2008), 205.

²³M. mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara,2014),25.

membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Sebaliknya seseorang mempunyai kemampuan tetapi bila ia tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut. Pengertian lain dari pasar adalah sekumpulan orang/keluarga atau instansi yang mempunyai kebutuhan dan daya beli.

2. Fungsi Pasar

Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang. Dengan demikian pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah, selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat.²⁴

3. Jenis-jenis Pasar

Pasar pada hakikatnya dapat dibagi menjadi empat golongan yaitu:²⁵

- a. Consumer market (pasar konsumsi), yaitu pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau keluarga untuk penggunaan pribadi (tidak untuk bisnis).

²⁴Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 142.

²⁵M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, 26-27.

- b. Industrial/ *producer market* (pasar industrial), yaitu pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewakan oleh perorangan atau organisasi untuk dijual ataupun untuk disewakan (untuk proses bisnis lanjut).
- c. Reselir market, yaitu suatu pasar yang terdiri dari perorangan dan organisasi, biasanya disebut pedagang-pedagang menengah (*middlemen*), contohnya seperti Dealer, Distributor, *grossier*, *Agents*, *Retailer*.
- d. Government market, yaitu suatu pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintahan pusat dan daerah, maupun departemen yang membeli atau menyewa barang untuk menjalankan tugas-tugas dari pemerintah. Pasar ini merupakan pasar yang potensial, serta adanya anggaran belanja untuk bermacam-macam sektor seperti sektor pertanian, sektor pendidikan, sektor perhubungan, dan sektor kesehatan.

Menurut klasifikasi pasar dibedakan menjadi dua, yaitu:²⁶

- a. Pasar Tradisional, merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya terjadi proses tawar menawar, bangunan biasanya berupa kios-kios atau gerai, los atau dataran terbuka yang dikelola oleh penjual atau pengelola pasar.

²⁶ Afifudi, Rani Erlvia, "Pengaruh Jumlah Pembiayaan dan Dummy Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Kediri Lombok Barat Tahun 2016", *El-Hikam: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman*, Vol IX, No.1, Juni 2018. 47, diunduh pada tanggal 7, Oktober 2019

- b. Pasar modern, pasar jenis ini tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun pada transaksinya tidak secara langsung, melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), tidak adanya proses tawar menawar, bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri (swalayan) dan dilayani oleh pramuniaga. Contoh dari pasar modern ini seperti hypermart, supermarket, dan minimarket.

4. Struktur Pasar

Struktur pasar dibedakan berdasarkan banyaknya penjual dan pembeli. Secara mudah dikatakan pasar yang terdiri dari banyaknya penjual dengan barang yang relatif homogen disebut pasar bersaing sempurna (*perfect competition*). sedangkan pasar yang terdiri dari banyaknya penjual dan barangnya berbeda satu sama lain (*terdiferensiasi*) disebut pasar bersaing Monopolistik (*monopolistic competition*). pasar yang hanya ada satu penjual disebut pasar monopoli. Pasar yang hanya ada beberapa penjual disebut oligopoli.²⁷

a. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran dimana jumlah pembeli dan penjual sedemikian rupa banyaknya/ tidak terbatas.²⁸ dalam pasar persaingan sempurna, secara teoritis penjual tidak dapat menentukan harga (*Price taker*), dimana penjual akan menjual

²⁷ Adiwarmarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers 2010), h. 167

²⁸ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro*, 207.

barangnya sesuai harga yang berlaku dipasar. Semakin banyaknya penjual berarti semakin banyaknya pilihan pembeli, penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku dipasar (*price taker*).²⁹

Semakin homogen barang yang dijual berarti pembeli semakin tidak memiliki insentif mencari barang dipenjual lain. Hal inilah yang mendorong penjual untuk menjual barangnya sama dengan harga yang berlaku di pasar. Serta semakin banyaknya kelebihan kapasitas produksi berarti setiap kenaikan permintaan dapat dipenuhi tanpa membuat harga-harga naik. Hal inilah yang menahan penjual untuk tidak menaikkan harganya meskipun ada kenaikan permintaan. Bila ia menaikkan harganya, pembeli akan membelinya dari penjual lain yang juga memiliki kelebihan kapasitas.³⁰

Jadi menurut peneliti pasar persaingan sempurna ini merupakan salah satu jenis pasar yang dikatakan sempurna karena didalamnya tidak terdapat persaingan harga meskipun menjual suatu produk yang sama, hanya mengikuti harga pasar aja. Apabila suatu penjual menaikkan harga produknya maka akan mengakibatkan konsumen pindah ke penjual lainnya yang menjual harganya lebih murah.

²⁹Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro*, 169.

³⁰*Ibid.*,

b. Pasar Bersaing Monopolistik

Pasar monopolistik adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran dimana terdapat sejumlah besar penjual yang menawarkan barang yang sama. Pasar monopolistik ini merupakan pasar yang memiliki sifat monopoli pada spesifikasi barangnya. Sedangkan unsur persaingan pada banyak penjual yang menjual produk sejenis.³¹

Terdiferensiasinya produk yang dijual memberikan peluang bagi penjual untuk menjual barangnya dengan harga yang berbeda (*price maker*) dengan barang yang lain yang ada di pasar. Menurut Edward Chamberlin memperkenalkan istilah monopolistik ini dengan karakteristik pasar monopolistik yaitu ada banyak penjual, dan menganggap tindakan yang diambil tidak akan secara signifikan mempengaruhi penjual lainnya. contoh ada satu penjual yang menurunkan harga dagangannya, tidak serta merta penjual lain akan ikut menyesuaikan harga dagangannya. serta penjual menjual produk yang terdiferensiasi. Contoh produk A dikatakan berbeda dengan produk B bila dengan harga yang sama, ada sebagian pembeli yang lebih menyukai produk a dan ada sebagian yg lain lebih menyukai produk B.³²

Jadi pasar persaingan monopolistik ini adalah bentuk pasar dimana banyak produk yang sama tetapi memiliki perbedaan dalam

³¹ Eko Supriyatno, *Ekonomi Mikro.*, 226.

³² Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro.*, 170.

suatu produk yang dihasilkan dan memiliki karakter tersendiri. Contohnya produk sabun, meskipun fungsinya sama untuk membersihkan badan tetapi setiap produk yang dihasilkan produsen berbeda dan memiliki ciri khusus seperti untuk kecantikan, kesehatan dan lain-lain. Dari ciri yang terdapat pada pasar persaingan monopolistik ini menggambarkan sifat toko kelontong, karena jumlah pedagang relatif banyak dan barang yang dijual berbeda-beda, dapat mempengaruhi harga untuk memperoleh keuntungan tetapi tidak sepenuhnya mengubah harga karena mengingat ada persaingan antar toko kelontong sekitarnya.

c. Pasar Monopoli

Monopoli secara harfiah berarti di pasar hanya ada satu penjual, hingga demikian penawaran berada dalam satu tangan. Atau Monopoli terjadi jika ada satu penjual di pasar untuk satu jenis barang tertentu tanpa pesaing langsung, tidak langsung, baik nyata atau potensial. Pada umumnya produsen monopoli mempunyai kekuatan untuk menentukan harga, sehingga di dalam pasar monopoli produsen adalah sebagai *price maker*.

d. Pasar oligopoli

Oligopoli yaitu keadaan dimana hanya ada beberapa (misal: 2-10) perusahaan yang menguasai pasar baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun diam-diam bekerjasama. Oligopoly merupakan pertengahan dari monopoli dan

monopolistik, dalam monopoli penjual dapat menentukan harga tanpa harus khawatir reaksi penjual lain, dan dalam monopolistik, penjual hanya dapat menentukan harga pada kisaran tertentu, karena bila ia menjual di luar kisaran tersebut, penjual lain yang menjual barang yang mirip akan merebut pelanggannya.³³ Terdapat 2 macam oligopoli yaitu :³⁴

- 1) Oligopoli dengan diferensiasi produk, dimana setiap perusahaan dengan merek-merek khusus tersendiri (produsen menghasilkan output berbeda)
- 2) Oligopoli tanpa diferensiasi produk, yaitu setiap produsen tidak memberi merek khusus (menghasilkan output yang sama).

B. Persaingan Bisnis Ritel

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan adalah karakter niscaya dalam dunia bisnis, persaingan akan menentukan maju-mundurnya atau hidup-matinya bisnis. Sederhananya, pembisnis sukses adalah mereka yang mampu bersaing dalam menebarkan keuntungan bisnis bagi masyarakat. Meski tanpa dukungan pemerintah sekalipun. Sama halnya dengan masyarakat yang menyukai budaya perlombaan dan persaingan akan benar-benar sukses. Khususnya di lapangan bisnis dan ekonomi

³³*Ibid.*, 175-176.

³⁴Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro*, 218 .

sehingga masyarakat itulah yang memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi.³⁵

Dalam dunia perdagangan, dasar persaingan adalah kemampuan mengikat hati penjual dan pembeli di pasar. Yakni bagaimana membuat konsumen terus meminta, membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Minat pembelian juga sangat bergantung dari kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Dasar dari kemajuan dalam persaingan adalah nilai lebih kebaikan dan mamfaat yang bisa diberikan.³⁶

2. Faktor-Faktor Persaingan Bisnis

Konsep yang perlu dipertimbangkan adalah faktor persaingan yang menentukan profitabilitas dalam industri. Menurut porter terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri, yaitu:³⁷

a. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru bagi industri membawa kapasitas baru, karena ia berhasrat untuk ikut meraih dan menikmati pangsa pasar, dengan menaruh komitmen baru pada terhadap sumber daya yang akan digunakan, sehingga harga ditekan serendah mungkin, keuntungan dibuat kecil, dan akibatnya profitabilitas menurun.

³⁵ Muhammad Ali Haji Hashim, *Bisnis Satu Cabang Jihad* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 112.

³⁶ *Ibid.*, 113

³⁷ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 61-62

b. Ancaman Produk pengganti

Ketersediaan barang pengganti menjadi penghalang mengenai harga yang dapat ditentukan oleh pemimpin pasar dalam mata industri. Harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

c. Kekuatan tawar menawar pembeli

Konsumen atau pelanggan mengharapkan harga serendah mungkin untuk memperoleh produk atau jasa dengan cara membeli dalam jumlah yang besar, sehingga sangat bergantung kepada pembeli, selain itu ketika produk standar atau tidak terdeterminasi pembeli dapat menekan harga.

d. Kekuatan tawar menawar pemasok

Jika pemasok memiliki kekuatan yang cukup tinggi atas perusahaan, mereka dapat menaikkan harga cukup signifikan untuk memengaruhi kemampuan pelanggan dalam menghasilkan laba. Faktor yang menentukannya yaitu, jumlah pemasok sedikit tapi besar, produk pemasok merupakan pemasukan yang penting bagi pembeli, produk pemasok tidak ada produk alternatifnya.

e. Rivalitas diantara pesaing

Rivalitas diantara pesaing memacu pada semua tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam kelompok industri untuk memperbaiki posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya. Persaingan menjadi positif jika

diantara perusahaan menciptakan dan mendorong stabilitas industri melalui perbaikan kemampuan dalam rangka menghasilkan laba. Sebaliknya jika tidak, persaingan itu menjadi kekuatan yang bersifat negatif dan dapat menimbulkan persaingan ketat yang dipengaruhi oleh :

- 1) Jika suatu industri sudah memasuki fase pertumbuhan lambat, perusahaan akan memfokuskan pada pangsa pasar dan cara merebut pangsa pasar dengan mengorbankan perusahaan lain.
- 2) Industri dengan karakteristik biaya tetap yang tinggi selalu mendapat tekanan untuk mempertahankan produksi pada kapasitas maksimum, guna biaya tetap.
- 3) Kekurangan diferensiasi yang mendorong pembeli untuk mencari harga paling baik.

3. Bisnis Ritel Modern dan Tradisional

Retailing (eceran) meliputi semua kegiatan yang tercakup dalam penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis. Pengecer (*retailer*) atau toko eceran (*retail store*) yang volume penjualannya terutama berasal dari eceran.³⁸ Ritel sering dipahami sebagai kegiatan penjualan langsung kepada konsumen akhir. Dalam konteks ini terjadinya transaksi sederhana antara peritel dan konsumsi, yaitu menukar uang dengan produk yang dijual, dalam transaksi tersebut peritel berperan

³⁸Philip Kotler, Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks,2007), 164.

sebagai mata rantai akhir dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen.³⁹ Dapat disimpulkan bahwa ritel adalah kegiatan bisnis yang menyediakan barang dan jasa untuk menjualnya kepada konsumen secara langsung untuk digunakan memenuhi kebutuhan sehari-harinya secara pribadi.

Dalam perkembangan industri ritel di Indonesia dimulai pada sebelum tahun 1960-an yang merupakan era perkembangan pedagang ritel tradisional, berupa pedagang bebas (tidak terikat dengan kontrak dengan pemasok tertentu). Contohnya yaitu toko kelontong atau warung. Selanjutnya tahun 1970-1980 adalah era perkembangan perdagangan ritel dengan format supermarket dan *department store* seperti Matahari, Hero, Ramayana, serta Apotek. Pada tahun 1990 munculah indomaret, alfamart, sogo, Metro, Yoahan .dan pada tahun 2010- 2020 perkembangan bisnis ritel mulai pada tingkat persaingan harga yang semakin sengit dan akan mempengaruhi pedagang ritel untuk menawarkan produk sejenis dengan harga 15-30% lebih murah.⁴⁰

Bisnis ritel dapat diklasifikasikan menurut bentuk, ukuran, tingkat modernitasnya, dan lain-lain, sehingga akan ditemukan berbagai jenis bisnis ritel. Namun, pada umumnya pengertian bisnis ritel dipersempit hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya. secara umum

³⁹Dwi Suhartanto et-al,*Ritel pengelolaan dan Pemasaran*(Bandung:Alfabeta,2015), 1.

⁴⁰Edward Tanujaya, *Pengembangan Sistem akuntansi Bagi Usaha Perdagangan Ritel dengan MYOB*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2007), 4-5.

ada dua jenis usaha ritel yaitu ritel Modern seperti Supermarket, *Hypermarket* dan Minimarket (Indomaret), serta ritel tradisional seperti pasar tradisional, dan warung tradisional (warung kelontong).⁴¹

4. Ritel Tradisional dan Warung Kelontong

Ritel tradisional merupakan bentuk ritel dimana kegiatan perdagangan ritelnya dengan cara konvensional. Bentuk ritel ini masih banyak digunakan oleh banyak peritel, terutama yang tinggal di daerah-daerah yang pinggiran kota. Biasanya pasar ini dikelola dengan yang lebih tradisional dan simple daripada pasar modern. Barang yang dijual disini hampir sama dengan barang-barang yang dijual di ritel modern namun pada ritel tradisional sangat sulit ditemukan barang-barang impor. Ciri-ciri pengelolaan ritel Tradisional adalah sebagai berikut:⁴²

- a) Kurang memprediksikan potensi pembeli disekitar lokasi ritel yang ada atau yang mereka rencanakan.
- b) Kurangnya daya tawar peritel tradisional terhadap para *supplier*. Mereka sering kesulitan dalam menyediakan produk dengan merek favorit karena sulitnya mendapatkan akses distribusi produk tersebut.
- c) Kurang memiliki lokasi karena terkendala permodalan. Pengelola ritel sering memutuskan untuk memilih lokasi yang saat itu telah dimiliki.

⁴¹Tri Joko Utomo "Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern," *Fokus Ekonomi* vol.6 No,1 juni 2011, 124

⁴²Dwi Suhartanto et-al, *Ritel Pengelolaan*, 2-4.

- d) Melakukan pencatatan penjual secara sederhana, bahkan banyak peritel yang tidak melakukan pencatatan penjualan sama sekali.
- e) Tidak melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk.
- f) Banyak peritel tradisional yang menjual barang dagangannya secara tidak tunai, serta tidak memisahkan pembukuan toko dengan keluarga sehingga modal toko sering terpakai untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.
- g) Pengembangan bisnis tidak terencana karena tidak mampu melakukan perencanaan dan mengontrol untuk evaluasi usaha.

Warung kelontong dapat dikatakan bagian dari ritel tradisional, usaha warung tradisional atau lebih dikenal warung kelontong memiliki struktur pasar yang cenderung monopolistik. Hal ini dikarenakan jumlah penjual yang banyak dan barang yang di jual adalah sejenis tetapi berbeda corak (bervariasi). Warung kelontong merupakan usaha keluarga dengan jumlah pekerjanya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri, dengan modal yang relatif kecil, jenis usaha warung ini mudah untuk masuk kedalam pasar untuk mendirikannya. Dari segi harga warung kelontong memiliki sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga. Harga yang diberlakukan disesuaikan dengan tingkat keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik warung sendiri.⁴³

⁴³Wita dwika Listihana et-al, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Modal Kerja dan pendapatan Warung Tradisional Dikecamatan Rumbai Pekan Baru" *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol.11, No.1 Maret 2014, 556.

Toko kelontong yang ada di lingkungan masyarakat merupakan usaha perorangan. Mereka sebagai pemilik toko seharusnya memahami apa yang diinginkan konsumen, melihat persaingan dengan toko ritel semakin kuat. Ide pengembangan usaha pada awal berdirinya toko kelontong seharusnya telah memikirkan hal-hal berikut ini yang meliputi:⁴⁴

1) Lingkungan

Lingkungan hidup sekitar lazim menjadi sumber ide yang dapat berkaitan dengan kegiatan yang telah dilakukan oleh keluarga. Jika orang tua memiliki usaha toko maka suatu saat akan diturunkan usahanya kepada anaknya, atau memiliki usaha yang sama dengan orang tuanya. Maksudnya seseorang menemukan ide usaha dapat diperoleh dari tekanan kebutuhan keluarga atau lingkungan.

2) Minat

Minat atau hobi dapat menjadi ide usaha. Dari suatu aktivitas menyenangkan, sehingga sampai timbul ide untuk menjadikannya bisnis.

3) Pendidikan

Latar belakang pendidikan juga dapat menjadi salah satu faktor munculnya ide usaha.

⁴⁴Heny Yuningrum, "Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong Dalam Menghadapi Usaha Ritel yang Menjamur Di Masyarakat", *Jurnal Economica*, Vol.VII/Edisi2/Oktober 2016, 122-123

4) Kesempatan

Adanya keperluan atau permintaan dari lingkungan akan satu produk dan didasarkan pada pengalaman dapat memunculkan ide usaha atas permintaan yang dilontarkan oleh masyarakat.

5) Investasi

Adanya kelebihan dana atau keinginan untuk memperoleh pendapatan tambahan maka ide usaha akan muncul, namun harus melihat peluang yang ada.

5. Ritel Modern dan Indomaret

Ritel modern jenis ritel dengan sistem pelayanan yang mandiri menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, hypermarket, department store. Industri dan teknologi semakin berkembang dan meningkatkan taraf hidup konsumen mengakibatkan perilaku belanja konsumen menjadi berubah. Konsumen menjadi sangat memperhatikan kenyamanan mereka dalam berbelanja dan memandang sebagai bagian dari reaksi. Selain memenuhi kebutuhan konsumen peritel juga diuntut untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan berbelanja. Ritel harus bisa memoderalisasikan dirinya dengan memberikan kenyamanan berbelanja, kepastian harga, dan melengkapi keanekaragaman barang di tokonya melalui peningkatan pengelolaan yang menggunakan pendekatan modern. Ciri-ciri ritel modern sebagai berikut:⁴⁵

⁴⁵Dwi Suhartanto et-al, *Ritel Pengelolaan*, 5.

- a) Peritel modern mempertimbangkan aksesibilitas lokasi, keamanan dan fasilitas yang baik.
- b) Peritel modern lebih mempertimbangkan potensi pembeli pada lokasi tokonya.
- c) Menyediakan barang dagang yang terarah dengan segmen pasar.
- d) Memiliki posisi tawar yang kuat terhadap pemasok sebagai referensi untuk mengembangkan bisnisnya.
- e) Pencatatan penjualan menggunakan *software* dalam jumlah banyak dan cepat. Serta mengevaluasi terhadap keuntungan produk.
- f) Ada dukungan investasi besar sehingga mudah mengembangkan strategi bisnisnya.

Indomaret merupakan salah satu jenis usaha ritel modern yang sangat berkembang saat ini. Indomaret atau PT Indomarco Prismaatama adalah jaringan ritel waralaba di Indonesia. Indomaret merupakan salah satu anak perusahaan Salim Group. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Barang yang tersedia berbagai macam jenis, sistem manajemen terkelola dengan baik, fasilitas yang menawarkan kenyamanan saat berbelanja, harga yang sudah tertera dengan adanya sistem swalayan.

Pada mulanya indomaret membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang beralokasi di dekat hunian konsumen, dengan menyediakan berbagai kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari. Indomaret terus

menambah gerai diberbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen.⁴⁶

6. Strategi Dalam Persaingan Bisnis Ritel

Secara garis besar format usaha atau jenis usaha ritel di Indonesia dibagi menjadi dua kategori utama yaitu ritel modern dengan ritel tradisional. Perbedaannya terletak pada karakteristik usaha ritel itu masing-masing. Diantaranya :⁴⁷

a) Pengaturan Penataan Produk

Usaha ritel modern memiliki penataan produk yang terbuka dan teratur, konsep terbuka merujuk pada kemudahan konsumen melihat setiap produk yang dimiliki toko tersebut. Sedangkan konsep teratur merujuk pada penataan yang terpola untuk setiap produk yang dijual, misalnya penataan produk berdasarkan kategori, merek, ukuran produk dan sebagainya. Konsep ini akan memudahkan konsumen mencari produk yang menjadi kebutuhannya. Bahkan menciptakan *impulse buying* yaitu pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya dan terjadi saat konsumen sedang berbelanja di sebuah toko ritel.

Berbeda dengan ritel tradisional yang umumnya menata produk yang laku ditempat yang mudah terlihat dan produk yang kurang laku dibagian yang kurang terlihat. Produk tidak ditata

⁴⁶<https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indimaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/> diunduh pada Kamis,25 Juli 2019 pukul 22.50 WIB

⁴⁷ Micheal Adiwijaya, 8 *Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta:PT Elex Media Komputido Kelompok Gramedia),9-13.

dengan baik, sehingga konsumen harus bertanya terlebih dahulu jika ingin mencari suatu produk yang dicari saja. Hal ini menyebabkan hilangnya peluang untuk mendapatkan penjualan tambahan dari produk yang kurang laku.

b) Harga yang tetap

Umumnya harga yang ditetapkan pada ritel modern bersifat tetap dan tidak dapat ditawar, kecuali terdapat program promosi, sedangkan pada ritel tradisional, konsumen terutama pelanggan setia dapat melakukan tawar menawar harga dengan pemilik toko. Inilah yang menjadi salah satu kekuatan ritel tradisional karena banyak konsumen yang merasa puas bila dapat membeli sebuah produk hasil tawar menawar. Selain itu, dalam ritel tradisional terciptanya hubungan atau komunikasi yang lebih erat antara penjual dan pembeli sehingga dapat berujung pada loyalitas konsumen apabila dikelola dengan baik.

a. Layanan mandiri

Ritel modern mengedepankan layanan mandiri (swalayan). Konsumen mencari sendiri produk yang akan dibeli dan kemudian membayarnya ke kasir. Keunggulan karakteristik ini tentu saja mengurangi jumlah tenaga penjual di sebuah toko dan memberikan. Berbeda dengan ritel tradisional dimana penjaga toko atau pemilik toko selalu siap sedia melayani konsumen dan mencari produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

c) Penggunaan teknologi

Ritel modern mengadopsi teknologi modern untuk mempermudah proses belanja dalam sebuah toko. Teknologi tersebut seperti mesin *cash register*. Inilah salah satu keunggulan ritel modern atas ritel tradisional yang umumnya terkendala oleh minimnya dana untuk untuk mengaplikasikan teknologi tersebut, dan juga ketidakmampuan dalam memahami teknologi.

d) Jaminan kenyamanan berbelanja.

Ritel modern memberikan jaminan kenyamanan dalam berbelanja, dimulai dari kemudahan parkir, keramahan layanan, suasana yang nyaman (ruangan ber-AC dengan musik dan pencahayaan yang baik), banyaknya ragam pilihan produk, fasilitas modern dan bersih, serta penggunaan teknologi yang menjamin keakuratan dan kemudahan sistem pembayaran pada akhir transaksi. Situasi ini sangat kontras jika dibandingkan dengan ritel tradisional. Ritel tradisional umumnya tidak nyaman.

Hasil survei yang dilakukan oleh AC Nielsen (2007) menyatakan bahwa ada tiga jenis produk yang disukai konsumen Indonesia yaitu produk makanan segar, sembako, dan perawatan tubuh. Konsumen yang mengunjungi toko ritel modern, sebanyak 83-93% tetap mengunjungi toko ritel tradisional. Konsumen yang mengunjungi toko ritel tradisional untuk membeli produk makanan

segar dan sembako masih banyak. Namun, konsumen lebih suka berbelanja produk perawatan tubuh ditoko ritel modern.⁴⁸

Dalam menjalankan serta mempertahankan usaha para pelaku bisnis ritel untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat ini, seharusnya memperhatikan strategi bisnis ritel, antara lain:⁴⁹

- a. Menentukan target pasar, meskipun bisnis ritel bisa menawarkan berbagai produk kebutuhan masyarakat, namun sebisa mungkin menentukan target konsumen yang ingin dijangkau, misalnia lebih menekankan harga yang lebih murah untuk menjangkau konsumen menengah ke bawah, atau menyediakan produk kualitas baik untuk menjaungkau sasaran pasar menengah ke atas.
- b. Menciptakan loyalitas pelanggan, memiliki konsumen yang loyal ini merupakan suatu strategi tepat untuk meningkatkan pemasaran, ini dapat membantu bisnis ritel untuk menghadapi persaingan pasar. Menciptakan program-program promosi yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- c. Memilih lokasi usaha yang strategis. Pemilihan lokasi usaha sangat mempengaruhi tingkat penjualan pada bisnis ritel, menyesuaikan lokasi dengan ritel yang ingin dijalankan, karena lokasi usaha menentukan potensi pasar.

⁴⁸ *Ibid.*,14

⁴⁹Marjam Desma Rahadhini dan Lamidi,” Strategi Mempertahankan Bisnis Ritel Dalam Mempertahankan Persaingan Yang Kompetitif Kepada Para Pemilik Toko Ritel Di Wilayah Cangkakan Nusukan Banjarsari Surakarta”,*Jurnal adiwidya*, Vol 1. No.1 November 2017. 5-6

- d. Mencantumkan brand pada setiap produk *.brand* (merek) bukan hanya sekedar nama, jadi hendaknya mencantumkan logo disetiap lebel, harga produk, atau mencantumkan logo pada interior ruangan. Sehingga *brand* tersebut menjadi pembeda bisnis ritel dengan pesaing lainnya.
- e. Memberikan pelayanan yang prima kepada para konsumen, dengan membiasakan melayani konsumen dengan 3S & 1A (sambut, senyum, sapa dan antusias) kepada konsumen dari awal konsumen berbelanja sampai mereka selesai berbelanja. Cara ini sudah dilakukan pada sebagian kecil bisnis ritel seperti Indomaret, jadi konsumen merasa dihargai ketika berbelanja dan tidak segan untuk datang berbelanja lagi.

Selain itu, peritel tradisional harus memahami karakteristik dari ritel modern yang selama ini mereka miliki untuk memenangkan persaingannya, agar ritel tradisional bisa mengikuti kemajuan dari ritel modern yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

Para pemilik toko ritel dalam mengelola bisnis ritel ala kadarnya, artinya harus menjalankan dengan manajemen pengelolaan secara benar, supaya bisnis ritel tetap bertahan, serta pelaku bisnis khususnya warung kelontong harus mampu mengelola manajemen bisnisnya secara benar, sesuai dengan kaidah ilmu pengetahuan.⁵⁰

⁵⁰*Ibid.*,

Mempertahankan keunggulan bersaing adalah cara yang harus diupayakan oleh setiap pelaku usaha. Jika suatu produk pada posisi mengalami penurunan maka harus diupayakan untuk dapat mencapai posisi naik kembali walaupun keunggulan bersaing tidak selalu dapat dipertahankan dalam jangka lama. Sebab selalu ada inovasi dan teknologi dan kreatifitas dalam setiap produk atau jasa.⁵¹

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk bisa menjangkau konsumen melebihi kompetitor. Secara umum, semua aktivitas bisnis yang dijalankan untuk menciptakan keunggulan bersaing ini diawali oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai produk yang tinggi. Semakin ketatnya persaingan pada industri, khususnya yang terus berkembang yaitu industri ritel (pengecer), mendorong para peritel untuk berupaya semaksimal mungkin memperkuat keunggulan bersaing yang dimilikinya. Untuk membangun keunggulan bersaing tersebut, peritel perlu mengkombinasi keunggulan-keunggulannya secara komprehensif. Peritel yang berhasil adalah peritel yang mampu menyesuaikan barang dan jasa dengan permintaan aspek tempat yang tepat, ketersediaan barang dengan kualitas dan harga yang tepat, pada waktu yang tepat, di tempat yang tepat, dijual secara tepat.⁵²

7. Persaingan Bisnis Ritel Modern dan Ritel Tradisional

⁵¹Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, (Yogyakarta:CV Andi Offset,2016), 282

⁵²Dwi Suhartanto et-al, *Ritel Pengelolaan*, 11.

Persaingan bisnis ritel berada dalam lingkup lingkungan industri dan individual, keragaman jenis bisnis ritel juga membawa implikasi adanya persaingan pada jenis ritel yang sama dan pada sesama bisnis ritel dari kelas yang berbeda. Menurut pakar retail Koestarjono Prodjolalito, permasalahan utama antara ritel modern dan ritel tradisional yaitu dimana ritel modern dengan kekuatan modalnya yang luar biasa berkembang, begitu pesatnya dengan lokasi yang berdekatan ritel tradisional, sehingga persaingan semakin tidak seimbang dengan adanya jam buka ritel modern yang panjang hingga 24 jam. Kelebihan lain yang disediakan ritel modern adalah kondisi yang nyaman, kebersihan yang terjaga, berkesan elit, pelayanan yang bagus, dan barang-barang yang dijual lengkap serta berkualitas.⁵³

Regulasi mengenai peraturan lokasi bagi ritel modern sudah dibuat baik melalui peraturan pemerintah pusat dan daerah, jarak minimum antara ritel modern dan ritel tradisional biasanya sudah ditentukan untuk memberi kesempatan bagi peritel tradisional untuk tetap bisa mendapatkan pembeli dari masyarakat sekitar, namun kenyataannya masih banyak ditemukan peritel modern yang didirikan berdekatan atau bersebelahan dengan ritel tradisional.

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah ritel modern maka persaingan dibidang perdagangan semakin ketat. Bagi para peritel tradisional yang tidak siap menghadapi pesatnya perdagangan

⁵³ Tri Joko Utomo, "Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel", *Fokus Ekonomi*, Vol.5 No.1 juni 2010, 77, diunduh pada tanggal 8 oktober 2019 pukul 10:00 wib

yang lebih modern serta menariknya dengan strategi pemasaran dan teknologi yang modern dan manajemen yang lebih baik maka persaingan akan semakin ketat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian untuk menyelidiki gejala-gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.⁵⁴ Penelitian lapangan ini akan dilakukan di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo lampung Tengah.

Sifat penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yang di dalamnya bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi pada saat ini, terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan interpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi pada saat ini.⁵⁵ Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll,. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵⁶ Sedangkan bentuk penelitian deskriptif kualitatif pada penelitian ini adalah menggambarkan fakta apa

⁵⁴Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan skripsi* (Jakarta:PT Rineka Cipta,2011), 96.

⁵⁵Mardalis,*Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal* (jakarta:PT Bumi Aksara,1999), 26.

⁵⁶Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2009), 6.

adanya yang terjadi dilapangan dengan sistematis. Sehingga peneliti yang bersifat deskriptif dalam bentuk kualitatif yaitu hanya semata-mata menggambarkan keadaan atau peristiwa tanpa untuk mengambil suatu kesimpulan-kesimpulan yang berlaku umum. penelitian ini mengarah pada fakta-fakta yang terjadi mengenai persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional (studi di kelurahan tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung Tengan).

B. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Sedangkan Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.⁵⁷ Jadi data adalah sesuatu yang dijadikan sebagai dasar untuk mengambil keputusan dan di dapat dari beberapa sumber yang berkaitan dengan penelitian.

Penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak di ungkap, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh

⁵⁷Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 2008), 97.

peneliti.⁵⁸ Untuk menjawab pertanyaan peneliti, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari beberapa orang yang berprofesi sebagai pedagang kelontong, pengelola minimarket (indomaret) serta konsumen yang berada di tempat penelitian yakni di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah.

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁵⁹ Sampel diambil berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya, dan yang menjadi informan yaitu pedagang kelontong, indomaret, dan konsumen yang berbelanja di warung kelontong dan indomaret yang berada di Kelurahan Tempuran kecamatan Trimurjo. klasifikasi jaraknya antara warung kelontong tidak lebih dari 1 KM dengan Lokasi Indomaret, serta toko kelontong yang sudah berdiri lebih dahulu dari indomaret di kecamatan Kelurahan Tempuran Trimurjo, karena dinilai dapat menimbulkan persaingan usaha.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-

⁵⁸Husein Umar,*Metodelogi Penelitian, Edisi Kedua* (Jakarta:PT Raja grafindo Pustaka,2009),42.

⁵⁹Juliansyah Noor,*Metodelogi Penelitian:skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup,2013), 155.

diagram. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut.⁶⁰ Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari informasi yang berkaitan dengan penelitian, seperti buku-buku yang membahas tentang Ekonomi Mikro Islam dari Adiwarmanto A Karim, 5 Jurus Sukses Berbisnis Retail di Modern Market dari Salim Kartono, Ritel Pengelolaan dan Pemasaran dari Dwi Suhartanto, serta buku-buku ekonomi lainnya, jurnal media elektronik, skripsi, yang berkaitan dengan persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara berhadapan langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab kesempatan lain. Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam.⁶¹ Wawancara dibedakan menjadi tiga macam yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan wawancara tak berstruktur.⁶²

⁶⁰Husein Umar, *Metode Penelitian...*, 42

⁶¹Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian...*, 138-139

⁶²Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R And D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 231

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan suatu informasi maka peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur, yaitu pokok-pokok masalah yang dipersiapkan sementara pertanyaannya diungkap pada saat terjadinya wawancara. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terkait persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional di kelurahan Tempuran kecamatan Trimurjo Lampung Tengah

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.⁶³ Dokumentasi yang diperlukan dalam pengumpulan data adalah dokumen-dokumen dan juga buku-buku dan karya ilmiah yang berkaitan dengan persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data menemukan pola, memilih-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁶⁴

⁶³Abdurahmat Fathani, *Metodelogi Penelitian*, 112.

⁶⁴W.Gulo,*Metode Penelitian*,(Jakarta:PT. Grasindo,2005),123

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dari tingkah laku yang diobservasi dari manusia.⁶⁵ Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat melihat permasalahan yang terjadi mengenai persaingan bisnis retail modern dengan retail tradisional.

⁶⁵*Ibid.*,248

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo

3. Sejarah Singkat Kelurahan Tempuran

Kelurahan Tempuran adalah salah satu dari 14 kelurahan yang berada di wilayah kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Kelurahan Tempuran didirikan pada tahun 1936 oleh pemerintahan kolonial belanda dengan seluruh penduduknya berasal dari pulau jawa. semula kelurahan Tempuran ini bernama Endromulyo dengan dibagi menjadi 3 (tiga) bedeng antara lain Endromulyo (Bedeng 12A), Endrorejo (Bedeng 12B), Endrosari (bedeng 12C). Setelah berjalan beberapa tahun desa Endromulyo mengalami perubahan nama menjadi Kelurahan Tempuran dikarenakan pada tanggal 2 Febuari 1949 kelurahan Tempuran Menjadi ajang Pertempuran Melawan penjajah Belanda dan masyarakat kelurahan Tempuran bersama pemuda dan TNI berhasil mengalahkannya. Dari peristiwa tersebut maka pada tahun 1951 desa Endromulyo berubah nama menjadi Kelurahan Tempuran sampai saat ini.⁶⁶

Kelurahan Tempuran berada di wilayah Kabupaten Lampung Tengah dimana letaknya berbatasan dengan Kota Metro, hal ini membawa pengaruh yang sangat besar bagi Kelurahan Tempuran,

⁶⁶Dokumentasi Kelurahan Tempuran

sehingga mengalami kemajuan yang sangat pesat baik dibidang pendidikan, ekonomi, sosial, teknologi, politik, dan budaya. Oleh karena itu warga di Kelurahan Tempuran menjadi sangat kritis terhadap lingkungan dan perkembangan zaman khususnya dibidang pemerintahan dan pembangunan.⁶⁷

4. Keadaan Demografi Kelurahan Tempuran⁶⁸

Kelurahan Tempuran Merupakan wilayah daratan rendah dengan ketinggian tanah di atas permukaan laut 67 M dan memiliki luas wilayah 484 Ha. Jarak dari pusat pemerintahan Kota sekitar 33 Km sementara dari ibukota provinsi sekitar 51 km. kelurahan Tempuran terdiri dari 8 Dusun dan 31 RT/ 16 RW. jumlah penduduk kelurahan Tempuran berdasarkan jenis Kelamin, yaitu 2959 jiwa laki-laki dan 2876 jiwa perempuan, dan terdapat 1438 kepala keluarga (KK). Batas wilayah Kelurahan Tempuran yaitu:

- Sebelah Utara berbatasa dengan : Kelurahan Purwodadi
- Sebelah Selatan berbatasan dengan : Kelurahan Liman Benawi
- Sebelah Timur Berbatasan dengan : Kelurahan Ganjar Agung Kota
Metro
- Sebelah Barat Berbatasan dengan : Kelurahan Simbawaringin.

⁶⁷ *Ibid.*,

⁶⁸<https://lampungtengahkab.bps.go.id/publication/2018/09/26/a3575f310ccc49b3faaeb886/trimurjo—dalam-angka-2018.html> diunduh pada tanggal 7 September 2019

Profesi atau mata pencaharian Kelurahan Tempuran adalah petani sekitar 85% dan sebagiannya berprofesi sebagai Pegawai. Pengusaha dan Pedagang. Meskipun profesi warga didominasi oleh petani, di Kelurahan Tempuran terdapat 1 Indomaret dan beberapa warung Kelontong yang tersebar di 8 dusun. Berikut ini data lokasi dan jumlah warung kelontong serta Indomaret dari hasil wawancara peneliti yang dijadikan sebagai responden.

Tabel 4.1
Jumlah Indomaret dan warung Kelontong di Kelurahan Tempuran Berdasarkan Kriteria

NO	Lokasi	Indomaret	Warung Kelontong	Jumlah
1	Bedeng 12 A		2	2
2	Bedeng 12 B	1	3	4
3	Bedeng 12 C		1	1

Dari hasil wawancara kepada Responden peneliti memperoleh hasil yang menyatakan bahwa jumlah indomaret yaitu 1 terletak di bedeng 12 B dan 6 warung kelontong yaitu 2 di bedeng 12 A, 3 di bedeng 12 B dan 1 di bedeng 12 C.

B. Telaah Terhadap Persaingan Bisnis Retail Modern dengan Retail Tradisional di Kelurahan Tempuran Kec. Trimurjo

Deskripsi penelitian ini menyajikan data tentang Persaingan Bisnis Retail Modern dengan Retail Tradisional di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo, Lampung Tengah. Akan tetapi terlebih dahulu peneliti akan mendeskripsikan bentuk persaingan Bisnis antara warung kelontong dengan Indomaret di Kelurahan Tempuran. Serta peneliti juga akan mendeskripsikan

tentang bagaimana strategi yang dilakukan warung kelontong untuk bertahan menghadapi Persaingan Bisnis dengan Indomaret.

1. Persaingan Bisnis antara Warung Kelontong dengan Indomaret di kelurahan Tempuran Kec. Trimurjo

Dalam aktivitas bisnis sehari-hari tidak terlepas dari persaingan. Persaingan dalam bisnis merupakan hal yang wajar. Persaingan akan menentukan maju-mundur serta hidup-matinya suatu bisnis. Hadirnya minimarket yang berdekatan dengan warung kelontong bisa saja mengganggu eksistensi dan keberadaan warung kelontong yang sudah lebih dahulu hadir. Karena minimarket memberikan suatu pengalaman baru bagi masyarakat dalam hal berbelanja. Tata ruang apik, tempat belanja yang nyaman dan aman. Selain itu menyediakan barang lokal maupun impor, serta barang yang dijual mempunyai kualitas yang terjamin dan melalui penyeleksian terlebih dahulu.⁶⁹ Dengan demikian, hal ini bisa menimbulkan persaingan antara bisnis ritel modern dengan ritel tradisional dalam mendapatkan konsumen. Sehingga para peretail harus berlomba-lomba untuk memenangkan dan mempertahankan usahanya. dalam hal ini peneliti akan memaparkan bagaimana persaingan bisnis antara warung kelontong dengan Indomaret.

Berikut merupakan hasil wawancara kepada warung kelontong di Kelurahan Tempuran:

⁶⁹ Endi Sarwoko, "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang", Volume 4 h.99 diunduh pada tanggal 10 Desember 2019 pukul 16.00

Wawancara yang dilakukan kepada Bapak M. Yasir pemilik warung kelontong di bedeng 12 B kelurahan Tempuran sejak tahun 1980, mengatakan bahwa awalnya disana tidak ada warung yang berdiri di Kelurahan Ini, jika ingin berbelanja memenuhi kebutuhan harus ke Pasar yang berada di Kota Metro. Melihat kondisi itu bapak Yasir inisiatif untuk membuka usaha warung dengan melihat peluang yang ada pada masa itu dianggap akan menguntungkan bagi usahanya. produk yang disediakan warung bapak Yasir saat ini hanya tersedia Bensin, dan Air Meneral saja. Sebelum adanya Indomaret disini warungnya menjual berbagai produk seperti sembako, makanan ringan dan kebutuhan lainnya, tetapi setelah adanya Indomaret menjadi pesaing yang sangat hebat. Jumlah pembeli semakin menurun dan pendapatan jauh berkurang, bahkan warung tersebut bisa dikatakan bangkrut. Menurutnya konsumen sekarang gengsi untuk berbelanja di warung kecil, karena tidak lengkap dan nyaman. Harapan Bapak yasir kepada para ritel Modern untuk tidak mendirikan usahanya di perkampungan dan tidak menekan orang kecil untuk mencari keuntungan.⁷⁰

Ibu Kemi, pemilik warung kelontong di bedeng 12 B sejak Tahun 2011, di warungnya menjual beberapa produk, seperti makanan ringan, rokok, serta sayuran. melayani secara langsung konsumen dengan fasilitas warung yang seadanya. Setelah hadirnya indomaret, ibu kemi mengatakan bahwa terjadinya penurunan jumlah pembeli dan pendapatan, dahulu

⁷⁰Wawancara kepada Bapak M.Yasir pedagang warung kelontong di Kelurahan Tempuran, Tanggal 7 Desember 2019.

pendapatan perhari mencapai RP. 500.000 menurun menjadi Rp. 100.000. banyak pembeli yang beralih untuk berbelanja ke Indomaret, karena warung ibu kemi menyediakan produk yang tidak lengkap dan para pembeli beralih ke Indomaret sehingga warungnya semakin sepi. Harapannya agar tidak mematikan usahanya dengan adanya indomaret.⁷¹

Wawancara kepada Ibu Dewi pemilik warung kelontong di bedeng 12 B menyatakan bahwa sejak tahun 2009 mendirikan warung kelontongnya untuk penambahan penghasilan. Produk yang dijual diwarungnya seperti sembako, makanan ringan, bensin, rokok, gas dan kebutuhan lainnya. Ia melayani langsung setiap pembeli yang mencari suatu produk tertentu dengan fasilitas yang seadanya. Kehadiran indomaret menjadi pesaing bagi warungnya, meskipun menurutnya konsumen lebih memilih belanja di warung dengan harga yang murah dibandingkan indomaret , ibu dewi mengalami penurunan jumlah pembeli dan pendapatan setelah berdirinya indomaret.⁷²

Wawancara Bapak Anton, pemilik warung kelontong di Bedeng 12 A sejak tahun 2013, yang awalnya beliau memiliki inisiatif untuk membuka usaha warung sebagai perputaran modal yang dimiliki dan menjadi penambahan penghasilan bagi keluarganya. Menurut bapak Anton, melihat dilingkungan sekitar rumahnya hanya ada beberapa warung kelontong dan ingin membuka warung yang lebih besar dan lengkap dari

⁷¹Wawancara kepada Ibu Kemi Pedagang warung Kelontong di Kelurahan Tempuran, Tanggal 7 Desember 2019.

⁷²Wawancara Kepada Ibu Santi Pedagang warung Kelontong, di Kelurahan Tempuran, Pada Tanggal 7 Desember 2019

warung sekitarnya. Beliau menggunakan pekarangan rumah dan didirikan sebuah bangunan untuk usaha warung kelontong. Ia menjual berbagai macam sembako, rokok, bensin, dan lainnya. Fasilitas yang diberikan kepada konsumen hanya bangunan warung yang lumayan besar dan melayani secara langsung, menjual barang dengan harga yang tidak terlalu mahal, serta melengkapi produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Jumlah pembeli mengalami penurunan, pendapatan bapak Anton sesudah adanya indomaret menurun dari Rp, 800.000 menjadi Rp. 600.000 perharinya. Menurutnya kehadiran indomaret menjadi saingan terhadap warungnya. Harapannya pada perkembangan bisnis ritel modern, cukup 1 (satu) indomaret yang berdiri disini.⁷³

Ibu Satiya, sejak tahun 2012 mendirikan warungnya di Bedeng 12 A, menjalankan usahanya bersama keluarganya dan dijadikan sebagai mata pencaharian sampingan ia sebagai Ibu rumah tangga. Ia menyediakan Produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yaitu seperti sembako, makanan ringan, rokok dan bensin. memberikan tempat yang tidak terlalu besar, produk yang tertata tidak sesuai dengan kategori barang karena tempat yang kecil, tempat yang bersih dan ala kadarnya. melayani secara langsung kebutuhan konsumen jumlah pembeli setiap harinya naik turun. Menurutnya setelah berdiri indomaret di kelurahan tempuran ini pendapatannya sama saja yaitu sekitar RP.200.000 perharinya dan tidak menjadi pesaing bagi usahanya, melainkan warung-

⁷³Wawancara Kepada Bapak Anton Pedagang warung kelontong di Kelurahan Tempuran, Tanggal 8 Desember 2019.

warung kelontong yang menjadi pesaing baginya karena jaraknya yang berdekatan dan harga produk yang relatif sama. Ibu satiya meyakini bahwa harga produk yang dijual di warungnya lebih murah dari Indomaret dan Konsumen masih mau berbelanja diwarungnya.⁷⁴

Wawancara kepada Ibu santi membuka warungnya sejak tahun 2012 di bedeng 12 C. usaha ini didirikan sebagai mata pencaharian keluarga, dulu warung ibu santi berdiri di depan rumah dengan bangunan yang lebih kecil, namun sekarang warungnya besarkan untuk melangsungkan usaha. Ibu santi menjalankan usaha warung ini bersama keluarga, tidak memperkerjakan karyawan di warungnya. dengan menjual beberapa produk seperti sembako, bensin, gas, dan kebutuhan lainnya. Fasilitas yang diberikan yaitu tempat yang tidak sempit, dan bersih serta pelayanan secara langsung dengan ramah dan menyediakan produk yang lebih lengkap. Jumlah pembeli dan pendapatan mengalami penurunan. Indomaret menjadi salah satu pesaing yang harus dihadapinya. Harapan terhadap perkembangan bisnis retail modern untuk tidak terlalu cepat membuka gerai atau toko baru dan berdekatan dengan warung-warung sekitar dan mematikan warung kelontong.⁷⁵

Berikut hasil wawancara kepada Pengelola Indomaret di Kelurahan Tempuran.

⁷⁴Wawancara kepada Ibu Satiya pedagang warung kelontong di Kelurahan Tempuran, Tanggal 8 Desember 2019

⁷⁵Wawancara kepada Ibu Dewi Pedagang warung Kelontong, di Kelurahan Tempuran, Pada Tanggal 9 Desember 2019

Hasil wawancara kepada Ibu Anggela kepala toko Indomaret di Kelurahan Tempuran. Indomaret berdiri di bedeng 12 B sejak tahun 2014. Awal berdirinya sudah melakukan pengamatan terhadap wilayah dan lingkungan serta mendapatkan persetujuan dengan kepala desa Tempuran maka Indomaret berdiri hingga saat ini untuk melayani kebutuhan pokok dan sehari-hari masyarakat baik wilayah setempat maupun masyarakat umum.⁷⁶

Wawancara kepada bapak Hanafi salah satu pengelola Indomaret di kelurahan Tempuran, Produk yang disediakan oleh indomaret dengan warung kelontong sebagian besar sama, Indomaret menyediakan produk yang beraneka ragam, mulai dari kebutuhan sehari-hari seperti sembako, makanan ringan, minuman, buah-buahan, produk perawatan tubuh, obat-obatan, dan tersedianya beragam produk Impor yang menambah kelengkapan produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam satu tempat. Fasilitas yang diberikan oleh indomaret kepada konsumen sangat diutamakan, mulai dari kualitas barang yang dijual harus benar-benar baik, terdapat *rest area*, toilet, pendingin ruangan (AC), pencahayaan ruangan yang baik, papan Informasi suatu produk yang sedang promo, menggunakan teknologi untuk mempermudah proses belanja, seperti Mesin *cash register*, pembayaran dapat dilakukan dengan Tunai maupun non Tunai, tempat belanja yang bersih dan nyaman serta parkir gratis. Pelayanan yang diberikan oleh indomaret kepada konsumen

⁷⁶Wawancara Ibu Angela , kepala toko Indomaret Tempuran, Tanggal 22 Juli 2019 pukul 14:30

menjadi nomer satu dalam menghadapi konsumen dan bersikap ramah. Seperti memberikan 3S 1A (Sambut, Senyum, Sapa dan Antusias) selama berbelanja di indomaret. Memberikan kebebasan kepada Konsumen untuk mencari dan memilih barang yang dibutuhkan. Jumlah pembeli dalam setiap harinya tidak stabil, namun setiap bulan terdapat target pendapatan yang harus dicapai oleh seluruh pengelola indomaret. Warung kelontong menjadi salah satu pesaing bagi indomaret, meskipun mereka menjual produk sedikit lebih mahal dari warung kelontong, namun dapat memberikan pelayanan dan fasilitas lebih unggul.⁷⁷

Tidak hanya melihat bentuk usaha yang dijalankan oleh indomaret dan warung kelontong yang menyebabkan persaingan. Perlu juga dilihat konsumen yang merupakan kunci utama dalam keberhasilan usaha warung kelontong dan Indomaret, karena konsumen sasaran utama bagi penjualan produk dan untuk menghasilkan pendapatan. Peneliti telah melakukan wawancara terhadap beberapa konsumen ritel yang berada di Kelurahan tempuran, diantaranya:

Wawancara kepada Ibu Ida Konsumen yang berbelanja Di Indomaret, menyatakan bahwa belanja di Indomaret dan warung Kelontong jelas berbeda. Berbelanja di Indomaret banyak pilihan produk dan lengkap, sedangkan di warung kelontong hanya beberapa pilihan saja. Ibu ida dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari berbelanja di Indomaret, mulai dari sembako, makanan ringan, dan bayaran tagihan, serta produk

⁷⁷Wawancara kepada Bapak Hanafi, Pengelola Indomaret di Kelurahan Tempuran, Pada 7 Desember 2019.

kecantikan. karena menurutnya pelayanan enak dan praktis, tempatnya yang bersih dan nyaman meskipun ia tau harga yang dijual indomaret lebih mahal. Selain itu ketertarikannya karena lebih lengkap produknya dalam satu tempat dan sering terdapat barang yang promo.⁷⁸ Selain itu pendapat ibu Elis, Konsumen di kelurahan Tempuran memilih berbelanja di Indomaret karena fasilitas dan pelayanan yang baik, sopan dan ramah dalam berhadapan dengan konsumen , ini menjadi penambahan rasa nyaman saat berbelanja.⁷⁹

Lain halnya dengan bapak jawahir, warga kelurahan Tempuran, menyatakan bahwa ia lebih sering berbelanja di warung kelontong sekitar rumahnya untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Meskipun ia merasakan berbelanja di Indomaret lebih nyaman dalam segi pelayanan dan fasilitasnya. Bapak jawahir berbelanja di warung kelontong karena harganya yang lebih murah, meskipun hanya selisih Rp.500 sampai Rp.1000 jika membeli dalam jumlah banyak lebih ekonomis ketimbang di Indomaret. Tetapi ia juga sering berbelanja di Indomaret apabila tidak terdapat produk yang dibutuhkan dari warung serta terdapatnya promo saja, jika tidak ia akan tetap berbelanja di warung kelontong.⁸⁰

Sependapat dengan bapak Jawahir, ibu Elsa salah satu konsumen di Kelurahan Tempuran lebih memilih berbelanja di warung kelontong,

⁷⁸ Wawancara kepada Ibu Ida Konsumen Insomaret di Kelurahan Tempuran, pada Tanggal 9 Desember 2019

⁷⁹ Wawancara kepada bapak Elis, konsumen di kelurahan Tempuran pada Tanggal 15 Desember 2019

⁸⁰ Wawancara kepada Bapak Jawahir, Konsumen di Kelurahan Tempuran pada tanggal 9 Desember 2019.

karena harganya yang lebih murah, tetapi jika terdapat barang yang tidak tersedia oleh warung kelontong, bukannya mencari produk yang ia butuhkan ke Indomaret. Selain itu ia akan berbelanja ke Indomaret karena tertarik dengan promosi yang terdapat di Indomaret. Produk yang sering ia beli di Indomaret yaitu Kosmetik, peralatan mandi, dan makanan ringan saja.⁸¹

2. Analisis Persaingan Bisnis Retail Modern dengan Retail Tradisional

Berdasarkan penjabaran hasil wawancara yang ditemukan dilapangan, persaingan bisnis ritel modern dengan ritel tradisional antara Indomaret dengan warung kelontong di Kelurahan Tempuran menyebabkan jumlah pembeli warung kelontong mengalami penurunan setelah berdirinya Indomaret, ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antara keduanya. Karena ditemukannya beberapa keunggulan Indomaret dari segi produk, fasilitas, dan pelayanan menjadi persaingan yang sangat ketat bagi warung kelontong.

Muhammad Ali Haji Hashim dalam bukunya yang berjudul *Bisnis Satu Cabang Jihad*, bahwa dalam dunia perdagangan dasar persaingan adalah kemampuan mengikat hati penjual dan pembeli yaitu bagaimana membuat konsumen terus meminta, membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Minat pembeli juga sangat bergantung dari kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.⁸²

⁸¹ Wawancara kepada Ibu Elsa, Konsumen di Kelurahan Tempuran pada tanggal 15 Desember 2019

⁸² Muhammad Ali Haji Hashim, *Bisnis Satu Cabang Jihad* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar), 112

Teori tersebut selaras dengan yang dilakukan oleh indomaret, berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka indomaret di Indonesia berdiri pada tahun 1988. Sejalan dengan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Selanjutnya beberapa karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat dan didapatkan hasil bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern dengan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman. PT Indomarco Pristama mulanya membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi didekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan sehari-hari.

Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar setelah melakukan proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan ritel yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi. Maka indomaret terus menambah gerai diberbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen.⁸³ dapat diketahui bahwa indomaret selalu memperhatikan perilaku konsumen dan lingkungan disekitar gerai indomaret, melakukan penelitian dan pengamatan terlebih dahulu diwilayah untuk pendirian gerai baru disetiap daerahnya.

Para pemilik warung kelontong seharusnya memahami apa yang diinginkan konsumen, melihat persaingan dengan toko ritel yang semakin

⁸³ [Hhttp://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/](http://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/) diunduh pada tanggal 16 desember 2019 pukul 15.00

kuat, ide pengembangan usaha pada awal berdirinya toko kelontong seharusnya telah memikirkan hal-hal yang meliputi lingkungan sekitar toko, kesempatan yang ada serta investasi untuk memperoleh pendapatan dari peluang yang ada.⁸⁴

Jika dikaitkan dengan hasil wawancara peneliti mengenai berdirinya warung kelontong sejalan dengan pendapat Bapak M.Yasir menyatakan bahwa awalnya disana tidak ada warung yang berdiri di Kelurahan Ini, jika ingin berbelanja memenuhi kebutuhan harus ke Pasar yang berada di Kota Metro. Melihat kondisi itu bapak Yasir inisiatif untuk membuka usaha warung dengan melihat peluang yang ada pada masa itu dianggap akan menguntungkan bagi usahanya. serta bapak anton yang awal mulanya membuka usaha warung kelontong memiliki inisiatif untuk membuka usaha warung sebagai perputaran modal dimiliki dan menjadi penambahan penghasilan bagi keluarga. Namun warung kelontong kurang memperhatikan kebutuhan konsumen secara keseluruhan untuk memenuhi segala kebutuhan sehari-hari.

Dwi Suhartanto dalam bukunya yang berjudul Ritel Pengelolaan dan Pemasaran, ritel modern selain memenuhi kebutuhan konsumen, dituntut juga untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan berbelanja. Ritel modern harus bisa memoderalisasikan dirinya dengan memberikan kenyamanan berbelanja, kepastian harga dan melengkapi keanekaragaman barang di tokonya, serta salah satu ciri dari ritel modern yaitu

⁸⁴Heny Yuningrum, "Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong dalam Menghadapi Usaha ritel yang Menjamur di Masyarakat", *Jurnal Economica*, Vol.VIII/Edisi2/oktober 2016, 122-123

menyediakan barang dagangan yang terarah dengan segmen pasar, dan memiliki potensi tawar yang kuat terhadap pemasok.⁸⁵

Berdasarkan teori tersebut, dalam segi produk yang disediakan oleh indomaret di kelurahan tempuran dengan warung kelontong sebagian besar sama, ini menjadi timbulnya persaingan untuk merebut konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Indomaret kelurahan Tempuran menyediakan produk yang beraneka ragam, dan lengkap dalam satu tempat, mulai dari kebutuhan pangan sampai perawatan tubuh, baik produk lokal maupun produk impor. Sehingga dengan mudah mendapatkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan oleh konsumen

Hasil survei yang dilakukan oleh Ac Nielsen dalam buku yang berjudul *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, menyatakan bahwa ada tiga jenis produk yang disukai oleh konsumen Indonesia yaitu produk makanan segar, sembako, dan perawatan tubuh. Konsumen lebih suka berbelanja produk perawatan tubuh di toko ritel modern.⁸⁶ Hal tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara kepada konsumen yang berada di kelurahan tempuran lebih memilih berbelanja produk perawatan tubuh di Indomaret yang telah dijelaskan pada hasil wawancara.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, berbeda dengan warung kelontong dalam segi produk yang ditawarkan tidak menyediakan keberagaman produk selengkap Indomaret mulai dari kebutuhan pangan sampai perawatan tubuh, tidak ditemukan juga barang impor. Karena ini

Dwi Suhartanto et-al, *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2015), 5⁸⁵

⁸⁶ Micheal Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia* (Jakarta: PT Elex Media Komputido Kelompok Gramedia), 14

sejalan dengan teori ciri-ciri pengelolaan ritel tradisional yaitu kurang daya tawar peritel tradisional terhadap para *supplier*. mereka sering Kesulitan dalam menyediakan Produk dengan merek favorit, karena sulitnya mendapatkan akses distribusi produk tersebut.⁸⁷ Ini merupakan salah satu kelemahan warung kelontong dan menyebabkan hilangnya konsumen karena membutuhkan suatu produk yang tidak tersedia di warung kelontong akhirnya konsumen beralih pada Indomaret serta mengakibatnya turunnya jumlah pendapatan.

Kaitannya dengan hasil wawancara ke beberapa konsumen di kelurahan tempuran, seperti ibu Ida memilih berbelanja di indomaret karena produk yang lengkap dalam satu tempat. Dan selaras dengan ibu Elsa yang berbelanja di indomaret karena mencari suatu barang yang tidak tersedia di warung kelontong. Dengan kondisi seperti ini warung kelontong dapat kehilangan konsumennya dan ini menjadi keunggulan terhadap indomaret.

Menurut pakar retail Koestarjono Prodjolalito, permasalahan utama antara ritel modern dengan ritel tradisional yaitu dimana ritel modern dengan kekuatan modalnya yang luar biasa berkembang.⁸⁸ Sehingga ritel modern dapat menyediakan kondisi yang aman, kebersihan, berkesan elit, fasilitas pelayanan yang bagus.⁸⁹

⁸⁷ Dwi Suhartanto et-al, *Ritel Pengelolaan*, 2

⁸⁸ *Ibid*, 11

⁸⁹ Tri Joko Utomo, "Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel", *Fokus Ekonomi*, Vol.5 No.1 Juni 2010, 77.

Berdasarkan teori di atas dalam segi fasilitas indomaret di kelurahan Tempuran, fasilitas yang diberikan kepada konsumen sangat diutamakan, guna membuat konsumen nyaman saat berbelanja dan untuk menarik konsumen. berbeda dengan fasilitas yang ditawarkan oleh warung kelontong. Mereka hanya memberikan tempat yang tidak terlalu besar, produk yang tertata tidak sesuai dengan kategori barang karena tempat yang kecil, tempat yang bersih dan ala kadarnya karena terkendala oleh modal yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Indomaret dalam segi pelayanan yang diberikan oleh indomaret kepada konsumen sangat diutamakan. Pelayanan menjadi nomer satu dalam menghadapi konsumen dan bersikap ramah. Seperti memberikan 3S 1A (sambut, senyum, sapa dan antusias) selama berbelanja di indomaret, terdapatnya promo terhadap produk yang ditawarkan indomaret dalam menarik konsumen. Serta memberikan kebebasan kepada Konsumen untuk mencari dan memilih barang yang dibutuhkan. Keunggulan pelayanan yang diberikan oleh indomaret yaitu konsumen merasa dihargai dalam berbelanja. Tentu saja mengurangi jumlah tenaga penjual disebuah toko, serta memberikan jaminan kenyamanan saat berbelanja kepada konsumen.

Berbeda dengan warung kelontong yang melayani secara langsung kebutuhan konsumen, sehingga konsumen warung kelontong harus bertanya dulu jika ingin mencari suatu produk, sehingga mereka akan mencari produk yang akan dicari saja. menyebabkan hilangnya peluang

untuk mendapatkan penjualan tambahan.⁹⁰ Berdasarkan hasil penelitian warung kelontong di kelurahan Tempuran dalam melayani konsumen yaitu melayani sendiri konsumen sesuai dengan apa yang dicari oleh konsumen, tidak memberikan kebebasan kepada konsumen untuk mencari kebutuhannya sendiri ini bisa menyebabkan kehilangan kesempatan warung kelontong untuk menjual barang secara lebih.

3. Strategi Warung Kelontong untuk Mempertahankan Usahanya dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Peneliti terlebih dahulu menampilkan hasil wawancara mengenai strategi yang dilakukan oleh indomaret dan warung kelontong dalam menghadapi persaingan bisnis ritel diantaranya:

Hasil wawancara kepada pengelola indomaret di kelurahan tempuran. Strategi yang digunakan Indomaret untuk menjalankan usahanya dalam menghadapi persaingan yaitu pemilihan lokasi yang memperhatikan kebutuhan konsumen, penyebaran sarana promosi di sekitar Indomaret yang Berjarak 500 meter untuk mencapai target penjualan setiap bulannya. Terdapatnya harga promosi pada beberapa produk yang ditawarkan dalam setiap satu minggu sekali diadakan, promo hari besar dan akhir tahun untuk menarik pelanggan. Melakukan pelayanan yang cepat dan ramah, memberikan kebebasan kepada konsumen untuk mencari sendiri kebutuhannya, mengedepankan Customer Service bagi konsumen. Menjaga fasilitas agar tetap baik,

⁹⁰ *Ibid,10-11*

bersih dan rapih, agar menimbulkan kenyamanan, dan kualitas produk terjamin.⁹¹

Sedangkan startegi yang digunakan oleh warung kelontong untuk mempertahankan usahanya dalam persaingan bisnis ini, hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada beberapa pemilik warung kelontong dalam melakukan startegi untuk mempertahankan usahanya yaitu hanya memfokuskan pada harga yang lebih murah dari Indomaret untuk menarik konsumen. Dan menjual beberapa produk yang tidak terdapat di Indomaret seperti bensin, dan sayuran. Karena meyakini konsumen lebih tertarik berbelanja denga harga yang murah.⁹²

Hasil wawancara dengan ibu Santi, stategi yang dilakukan oleh ibu Santi selain menerapkan harga yang lebih murah dari Indomaret, ia juga memberikan pelayanan yang ramah, menambah modal usahanya. menurutnya dengan menyediakan barang yang lebih lengkap dan menjual dengan harga yang lebih murah dari indomaret akan membuat konsumen tidak beralih ke Indomaret.⁹³

Wawancara dengan Ibu dewi, ia melakukan strategi dengan menjual produk yang tidak ada di Indomaret, seperti bensin, dan menjual produk saschetan serta menambah jam operasional warung hingga malam hari,

⁹¹Wawancara Kepada Bapak Hanafi, Pengelola Indomaret di Kelurahan Tempuran, Pada Tanggal 7 Desember 2019.

⁹² Hasil wawancara kepada beberapa pemilik warung kelontong di Kelurahan Tempuran Pada Tanggal 7 Desember.

⁹³Wawancara Kepada Ibu Santi pemilik warung kelontong di Kelurahan Tempuran. Pada Tanggal 9 Desember 2019.

guna tetap melayani kebutuhan konsumen di waktu jam tutup operasional indomaret.⁹⁴

Dalam menjalankan serta mempertahankan usaha para pelaku bisnis ritel untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat ini, khususnya untuk warung kelontong. Seharusnya memperhatikan strategi bisnis ritel seperti:

95

- a. Menentukan target pasar, sebisa mungkin menentukan target konsumen yang ingin dijangkau, misalnya lebih menekankan harga yang lebih murah untuk menjangkau konsumen menengah ke bawah, atau menyediakan produk kualitas baik untuk menjangkau sasaran pasar menengah ke atas.
- b. Menciptakan loyalitas pelanggan, seperti program-program promosi yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- c. Memilih lokasi usaha yang strategis untuk menentukan potensi pasar.

Kaitannya dengan teori tersebut, dari hasil wawancara kepada beberapa warung kelontong di kelurahan Tempuran dalam melakukan strategi menghadapi persaingan bisnis ritel menentukan target pasar dengan menjual produk yang lebih murah dibandingkan indomaret. Ini dilakukan untuk menarik konsumen agar tetap berbelanja di warung kelontong. Sesuai dengan pendapat para konsumen yang lebih tertarik berbelanja di warung kelontong karena harganya yang murah.

⁹⁴ Wawancara Kepada Ibu dewi pemilik warung kelontong di Kelurahan Tempuran. Pada Tanggal 8 Desember 2019

⁹⁵Marjam Desma Rahadhini dan Lamidi,” Strategi Mempertahankan Bisnis Ritel Dalam Mempertahankan Persaingan Yang Kompetitif Kepada Para Pemilik Toko Ritel Di Wilayah Cangkakan Nusukan Banjarsari Surakarta”,*Jurnal adiwidya*, Vol 1. No.1 November 2017. 5-6

Hal tersebut yang menjadi salah satu kekuatan ritel tradisional (warung Kelontong) untuk bisa bertahan dalam persaingan, karena banyak konsumen yang merasa puas bila dapat membeli sebuah produk hasil tawar menawar dan lebih murah. Tetapi warung kelontong tidak menciptakan promosi yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini indomaret yang terus menawarkan berbagai promosi dari setiap produk yang ditawarkan untuk menarik konsumen, ini salah satu strategi yang terus dilakukan oleh indomaret dalam menghadapi persaingan. Karena terbukti konsumen lebih memilih berbelanja di indomaret apabila terdapat program promosi dari setiap produknya.

Selain itu lokasi merupakan salah satu hal penting untuk mendapatkan konsumen. Warung kelontong di kelurahan Tempuran dalam menentukan lokasi tempat usahanya hanya mengandalkan tempat yang bisa digunakan di rumahnya sendiri seperti pekarangan rumah, dan menyampingkan potensi konsumen yang didapat. Konsumen warung kelontong didominasi oleh warga sekitar, dan jarang warga pendatang. Berbeda dengan indomaret yang dari awal sudah mempelajari lokasi serta memperhatikan kebutuhan konsumen dan potensi konsumen di lingkungan sekitar, ini terbukti pada hasil wawancara pada bagian persaingan bisnis ritel.

Warung kelontong hanya mengedepankan harga saja yang relatif lebih murah dari indomaret, untuk menarik konsumen berbelanja, menambah modal usaha untuk memberikan produk yang tidak terdapat di

Indomaret, menambah jam kerja, serta pelayanan yang ramah, tanpa mengedepankan fasilitas yang baik dan nyaman untuk memberikan kepuasan dan loyalitas kepada konsumen.

Warung kelontong juga harus memperhatikan karakteristik usaha ritel seperti pengaturan penataan produk yang terbuka dan teratur.⁹⁶ Konsep terbuka untuk memudahkan konsumen melihat produk dan konsep teratur yaitu penataan produk yang dijual. Ini dapat menyebabkan terjadinya *impulse buying* yaitu pembelian barang yang tidak terencanakan sebelumnya serta terjadi pada saat konsumen sedang melihat atau mencari produk yang mereka cari, dapat menimbulkan pendapatan tambahan. Konsep ini digunakan oleh ritel modern seperti indomaret yang meletakkan produk sesuai dengan kategori, terbuka serta teratur sehingga mendapatkan kesempatan penjualan tambahan dari beberapa produk.

Kaitannya dengan warung kelontong di kelurahan Tempuran tidak menerapkan konsep seperti ini. Produk diletakan sesuai dengan yang mereka ingat, warung kelontong melayani secara langsung konsumen sendiri dan sudah hafal letak produk yang dicari oleh konsumen. Dalam kondisi seperti ini warung kelontong kehilangan kesempatan untuk mendapatkan penambahan penjualan produk yang tidak direncanakan sebelumnya oleh konsumen.

Selain itu penggunaan teknologi untuk mempermudah dan mempercepat proses transaksi serta menambahkan tingkat pelayanan perlu

⁹⁶ Micheal Adiwijaya, 8 *Jurus Jitu Mengelola Bisnis retail*, 9

dilakukan oleh ritel tradisional seperti warung kelontong, meskipun terkendala oleh modal dan ketidakmampuan memahami teknologi. Warung kelontong di kelurahan tempuran tidak memakai teknologi untuk mempermudah proses berbelanja. Tetapi warung kelontong masih tetap berusaha menjaga eksistensi warungnya dengan menjual harga yang lebih murah dari ritel modern serta memberika produk yang pada saat ini belum ada di indomaret seperti bensin, sebagai penambahan pendapatan.

Tetapi, seharusnya para pemilik toko ritel dalam mengelola bisnis ritel ala kadarnya, artinya harus menjalankan dengan manajemen pengelolaan secara benar, supaya bisnis ritel tetap bertahan, serta pelaku bisnis khususnya warung kelontong harus mampu mengelola manajemen bisnisnya secara benar, sesuai dengan kaidah ilmu pengetahuan.⁹⁷ Ini perlu diperhatikan oleh warung kelontong khususnya di Kelurahan Tempuran untuk tetap Eksistensi dan sanggup menghadapi persaingan. Terus mengembangkan usahanya dan ikut memperhatikan strategi usaha yang harus dijalankan sesuai dengan kebutuhan di masa modern ini.

Mempertahankan keunggulan bersaing adalah cara yang harus diupayakan oleh setiap pelaku usaha. Jika suatu produk pada posisi mengalami penurunan maka harus diupayakan untuk dapat mencapai posisi naik kembali walaupun keunggulan bersaing tidak selalu dapat

⁹⁷Marjan Desma Rahadhini dan Lamdi, *Strategi Mempertahankan Bisnis Ritel*,14

dipertahankan dalam jangka lama. Sebab selalu ada inovasi dan teknologi dan kreatifitas dalam setiap produk atau jasa.⁹⁸

Dalam melakukan strategi untuk terus memenangkan persaingan. indomaret akan terus membuka gerai baru untuk melayani kebutuhan konsumen yang semakin banyak. Strategi dalam mengelola bisnis ritel harus lebih diperhatikan oleh peritel tradisional untuk menarik konsumen agar tetap memilih berbelanja di warungnya dan dapat mempertahankan usahanya, tidak tertinggal di zaman yang semakin modern.

⁹⁸Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*,(Yogyakarta:CV Andi Offset,2016), 282

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan peneliti bahwa setelah hadirnya Indomaret di Kelurahan Tempuran Ini mengakibatkan terjadinya persaingan yang sangat ketat untuk menarik konsumen, ditemukannya beberapa keunggulan indomaret dari segi produk, fasilitas, dan pelayanan, hal ini menyebabkan terjadinya penurunan jumlah pembeli dan pendapatan warung kelontong.

Strategi yang dilakukan oleh warung kelontong untuk bertahan menghadapi persaingan lebih berfokus pada harga yang lebih murah dan penambahan modal untuk memenuhi produk yang belum ada di indomaret seperti bensin. Tanpa memperhatikan karakteristik dari ritel modern, serta pelayanan dan fasilitas yang akan menambah kepuasan dan loyalitas konsumen dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan.

B. SARAN

Adapun saran-saran yang peneliti berikan sehubungan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kepada Pemerintah dan Pengelola Ritel Modern

Disarankan kepada pemerintah untuk lebih cermat dalam menata lokasi ritel modern (indomaret) tidak saling berdekatan dengan pemukiman warga desa yang dapat mematikan usahanya.

2. Kepada pengelola warung kelontong

Disarankan untuk lebih memperhatikan bauran ritel dan melakukan strategi yang lebih mengutamakan kepuasan dan loyalitas kepada konsumen. Mengetahui tentang bagaimana mengelola bisnis dengan baik dan memperhatikan kebutuhan konsumen.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 0455/In.28.3/D.1/PP.00.9/02/2019

04 Februari 2019

Lampiran : -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
2. Wahyu Setiawan, M.Ag
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nicken Ayu Aulian Putri
NPM : 1502040075
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Keberadaan Indomaret Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus di Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan \pm 2/6 bagian.
 - b. Isi \pm 3/6 bagian.
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Wakil Dekan Bidang Akd & Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0857/In.28.3/D.1/PP.00.9/04/2019 Metro, 16 April 2019
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey


Kepada Yth,
Pimpinan Indomaret
di- Tempat

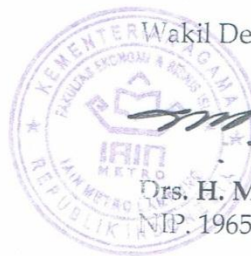
Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Nicken Ayu Aulian Putri
NPM : 1502040075
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Keberadaan Indomaret Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong (Studi Kasus Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3363/In.28/D.1/TL.01/11/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **NICKEN AYU AULIAN PUTRI**
NPM : 1502040075
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Kelurahan Tempuran, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN RETAIL TRADISIONAL (STUDI DI KELURAHAN TEMPURAN KECAMATAN TRIMURJO LAMPUNG TENGAH)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 25 November 2019



Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 3364/In.28/D.1/TL.00/11/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Desa Kelurahan Tempuran
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

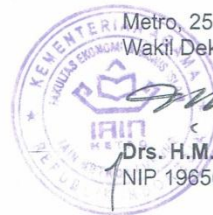
Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3363/In.28/D.1/TL.01/11/2019, tanggal 25 November 2019 atas nama saudara:

Nama : **NICKEN AYU AULIAN PUTRI**
NPM : 1502040075
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kelurahan Tempuran, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN DENGAN RETAIL TRADISIONAL (STUDI DI KELURAHAN TEMPURAN KECAMATAN TRIMURJO LAMPUNG TENGAH)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 25 November 2019
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-97/ln.28/S/U.1/OT.01/01/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NICKEN AYU AULIAN PUTRI
NPM : 1502040075
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502040075.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 13 Januari 2020

Kepala Perpustakaan



Drs. Mdkhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD) PENELITIAN TENTANG
PERSAINGAN BISNIS RETAIL MODERN
DENGAN RETAIL TRADISIONAL**

(Studi Kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo Kab.Lampung Tengah)

A. Interview/Wawancara

1. Wawancara kepada kepala Toko atau Karyawan Indomaret di Kelurahan Tempuran
 - a. Pada Tahun berapa Indomaret di Kelurahan Tempuran Berdiri?
 - b. Produk apa saja yang tersedia di indomaret kelurahan Tempuran?
 - c. Fasilitas apa saja yang disediakan oleh Indomaret kelurahan Tempuran?
 - d. Bagaimana Intensitas Pembelian Masyarakat untuk berbelanja di Indomaret Kelurahan tempuran ?
 - e. Apakah Kehadiran warung/toko Kelontong di Kelurahan Tempuran ini berpengaruh terhadap pendapatan dan menimbulkan persaingan bagi Indomaret di Kelurahan Tempuran?
 - f. Strategi Apa yang dilakukan Indomaret Kelurahan Tempuran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis yang semakin ketat?
2. Wawancara kepada pemilik warung/toko Kelontong di Kelurahan Tempuran
 - a. Pada Tahun Berapa warung Bapak/Ibu berdiri ?
 - b. Produk apa saja yang tersedia di warung Bapak/Ibu?
 - c. Apakah Kehadiran Indomaret di Kelurahan Tempuran ini berpengaruh terhadap Kelangsungan usaha dan menyebabkan persaingan bagi warung kelontong Bapak/ibu?
 - d. Bagaimana pendapatan warung Bapak/Ibu sebelum dan sesudah berdirinya Indomaret di Kelurahan Tempuran?

- e. Strategi apa yang dilakukan Bapak/Ibu untuk mempertahankan Usahanya dalam Persaingan bisnis dengan Indomaret ?
 - f. Apa Harapan Bapak/Ibu terhadap perkembangan ritel Modern yang semakin Pesat?
3. Wawancara kepada Konsumen bisnis ritel
- a. Bagaimana pendapat bapak/ibu dalam berbelanja di Indomaret dan warung kelontong?
 - b. Dimana bapak/ibu lebih sering berbelanja kebutuhan sehari-harinya?
 - c. Mengapa Bapak/ibu lebih memilih berbelanja di Indomaret atau Warung Tersebut?
 - d. Apa saja yang membuat Bapak/ibu tertarik untuk berbelanja di Indomaret atau warung Kelontong?

B. Dokumentasi

- 1. Sejarah singkat kelurahan Tempuran Kecamatan Trimurjo
- 2. Buku-buku yang berkaitan dengan Penelitian

Metro, November 2019

Penulis



Nicken Ayu Aulian Putri

NPM. 1502040075

Pembimbing I



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH.
NIP. 197206111998032001

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag.
NIP. 198005162005011008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nicken Ayu Aulian P
NPM : 1502040075

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Busni Islam/ Esy
Semester/ TA : IX/ 2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat, 2.8.2019	✓	- Perbaiki kesalahan & penulisan. Sesuaikan dg Buku Pedoman Penulisan skripsi. - Perlihatkan perbedaan penelitian yg dilakukan dg penelitian sejenis. - Perbanyak literatur dan kerangka teori. Perbanyak teori: tentang persaingan pasar & tentang efisiensi & daya kelentangan.	
	Jumat, 8.8.2019	✓	- acc proposal untuk bimbingan dg pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ysb,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nicken Ayu Aulian P Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040075 Semester/TA : IX/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan Yang Dibicarakan
	10/01/2020	acc Bab IV + V lengkap? merr? rpa, sumu rapi. 
	14/01/2020	Aca di ijikan.

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ysb,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001


Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nicken Ayu Aulian P Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040075 Semester/TA : IX/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan Yang Dibicarakan
	23/02/20	<p>hal 48-61 → gambar dan tabel balik → terdapat jelas ke mana?</p> <ul style="list-style-type: none">- Data lokasi fokus judul tesis/tesis mag. / penerbitannya- Dari pembahasan ini apa yg akan ditanyakan?- berdasarkan pembahasan penelitian → penerbitan bis di arahkan pd hal yg digunakan.
	6/2020 /21	<p>B.1 + 2 belum di tulis analisis yg menggunakan bab 2 sbg pisananya jadi belum selesai? apakah peneliti cara B2 → di Bab 2 ada pd hal 32-37. dicara tsj strategi → mana saja di lapangan?</p> <p>Bab V → menulis dg penerbitan penerbitan</p>

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ysb,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001


Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nicken Ayu Aulian P Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040075 Semester/TA : IX/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 19.12.2019	-	- Acc Bab IV - V untuk bimbingan dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ysb,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nicken Ayu Aulian P Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040075 Semester/TA : IX/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 10.12.2019	✓	<ul style="list-style-type: none">- semua informasi harus disertai sumber dan footnote- Buat unit analisis terlebih dahulu dan proses analisis data, seperti tahun mulai usaha, produk, fasilitas, dll. Jangan hanya menapaki data per informasi.- Gunakan kerangka teori untuk analisis data lapangan terutama pd strategi retail tradisional.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ysb,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nicken Ayu Aulian P Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisni Islam/ Esy
NPM : 1502040075 Semester/ TA : IX/ 2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jelasa, 26.11.2019	✓	acc APD	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ysb,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nicken Ayu Aulian P Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040075 Semester/TA : IX/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan Yang Dibicarakan
	8/19 /11	Bab III → Mengapa xi sumber data sekunder dan penentuan sample ? metode penelitian dan skripsi hrs sudah apli aktif. zkeben rinci
	20/2019 /11	Acc GB I - III Lanjutan APD 
	9/2019 /12	Acc APD Lanjutan penelitian 

Dosen Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001

Mahasiswa Ysb,

Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nicken Ayu Aulian P
NPM : 1502040075

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisni Islam/ Esy
Semester/ TA : IX/ 2019
Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan
	17/2019 /9	ncc outline lanjutan penulisan
	20/2019 /9	LBM terlalu luas dan beklah?, tulisan cops dari tulisan org lain, karena memang tidak menjual kondisi di tempat. Maka → apa si riter under dan tradisional? atau apa di ke 2 nya? lalu bym kondisi di lapangan. ada gap apa antara teori + lapangan? ada beklah? selang beklah pra survey by tp ds survei, lalu tidak perlu detail under hipotesis → pada point = masalahnya

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ysb,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 197206111998032001


Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nicken Ayu Aulian P
NPM : 1502040075

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisni Islam/ Esy
Semester/ TA : IX/ 2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 16.9.2019	✓	acc outline untuk Gi-bing dan Pemb-ing I	
	Selasa, 24.9.2019	✓	- Pertaja teori tentang pasar dan persaingan bisnis ritel - Perhaya literatur	
	Rabu, 23.10.2019	✓	acc Bab I - II untuk Gi-bing dan Pemb-ing I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ysb,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nicken Ayu Aulian P
NPM : 1502040075

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisni Islam/ Esy
Semester/ TA : IX/ 2019
Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan
	5/2019 /8	LBM terlalu panjang dan belum efektif jadi dulu baru foto di lapangan lalu ada bicara hari after kesimpulan dulu → bicara sig masalah & yg fembel ! bukan malah gatas mempudutkan tradisional !
	21/2019 /8	ace di seminar kegaji uen? ya.

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ysb,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 197206111998032001



Nicken Ayu Aulian P
NPM. 1502040075

FOTO DOKUMENTASI



Wawancara Dengan Karyawan Indomaret



Wawancara dengan Ibu Dewi Pemilik Warung Kelontong di 12 B



Wawancara dengan Ibu Santi Pemilik Warung Kelontong di 12 C



Wawancara dengan Ibu Satiya Pemilik Warung Kelontong di 12A



Wawancara dengan Bapak Anton Pemilik Warung Kelontong di 12A



Wawancara dengan Ibu Kemi Pemilik Warung Kelontong di 12B



Wawancara dengan Bapak M. Yasir Pemilik Warung Kelontong di 12B

RIWAYAT HIDUP



Nicken Ayu Aulian Putri lahir pada tanggal 24 Agustus 1997 di Tangerang. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Bayadi dan Ibu Erni Wati.

Pendidikan yang pernah ditempuh oleh peneliti adalah di TK Al-Ikraman diselesaikan pada tahun 2003, selanjutnya di SD Negeri 02 Pangaur Kabupaten Bogor diselesaikan pada tahun 2009, selanjutnya di SMP Negeri 06 Pesawaran diselesaikan pada tahun 2012, dan dilanjutkan ke jenjang SMA Muhammadiyah 2 Metro diselesaikan pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN Jurai Siwo Metro) yang kini telah alih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah.