

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini sangat pesat baik dalam usaha offline maupun online. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Kemenko Perekonomian) dengan meningkatnya suatu usaha membuat perekonomian masyarakat menjadi lebih baik. Ini diikuti dengan perkembangan bisnis ritel di Indonesia.

Menurut informasi yang disampaikan oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), industri ritel atau bisnis eceran di Indonesia mulai mengalami pertumbuhan sejak sekitar tahun 1980-an sejalan dengan perkembangan ekonomi Indonesia. Pada awal tahun 1990-an, terjadi peristiwa penting dengan masuknya ritel asing ke Indonesia, yang ditandai dengan beroperasinya salah satu ritel terbesar dari Jepang, yaitu 'Sogo'. Kemudian, perkembangan ritel modern menjadi sangat pesat setelah pemerintah mengeluarkan Kepres nomor 99I tahun 1998, yang menghapuskan bisnis ritel dari daftar negatif untuk Penanaman Modal Asing. Sebelum diterbitkannya Keppres nomor 99 tahun 1998, jumlah ritel asing yang diizinkan beroperasi di Indonesia sangat terbatas (Soliha, 2008)

Ketiga jenis ritel modern, yakni minimarket, supermarket, dan hypermarket, memiliki kesamaan dalam model penjualan, yakni melalui penjualan eceran langsung kepada konsumen akhir melalui swalayan. Ini berarti pembeli mengambil sendiri barang-barang dari rak-rak toko dan melakukan pembayaran di kasir. Selain itu, kesamaan lainnya adalah bahwa barang-barang yang dijual meliputi berbagai macam kebutuhan rumah tangga, termasuk kebutuhan sehari-hari. Namun, perbedaan di antara ketiganya terletak pada jumlah dan jenis produk yang ditawarkan, luas lantai dan fasilitas parkir, serta modal usaha yang dibutuhkan (Norman dkk 2019).

Melihat kondisi saat ini, Keberadaan toko ritel dan pasar modern dapat menjadi sumber kecemburuan sosial di kalangan pengusaha, terutama pedagang kecil dengan modal terbatas, yang berujung pada buruknya kondisi usaha bahkan kematian. Konsumen yang dulunya berbelanja di pasar tradisional kini lebih memilih berbelanja di pasar modern. alasannya, lokasi lebih bersih, nyaman dan aman, serta kualitas produk yang ditawarkan lebih tinggi. Salah satu dampak pesatnya pertumbuhan pasar modern adalah berubahnya peran pasar tradisional dan pengecer kecil yang dapat mengakibatkan hilangnya penjualan. (Munawaroh, 2022). Perkembangan ritel di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut.

Gambar 1. 1 Jumlah Ritel Di Indonesia



Sumber : dataindonesia.id,2022

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui, Jumlah toko ritel di Indonesia diperkirakan akan mencapai 3,98 juta pada tahun 2022. Berdasarkan data Euromonitor, angka tersebut turun 0,9% dibandingkan tahun lalu sebanyak 4,02 juta unit. Berdasarkan jenisnya, toko retail yang paling banyak diminati di Indonesia adalah toko kelontong tradisional. Pada tahun lalu, jumlahnya mencapai 3,94 juta. Jumlah tersebut mewakili 98,78% dari seluruh pengecer di Tanah Air (Rizaty, 2023)

Perkembangan ritel di Provinsi Jambi juga sangat pesat terutama toko modern seperti alfamart dan indomaret. Pertumbuhan mal modern (ritel modern) di kota ini terus meningkat pada tahun 2020, Menurut catatan Badan Pelayanan Perizinan dan Integrasi Penanaman Modal (BPMPPPT) Kota Jambi. Pada tahun 2019, Jumlah toko ritel modern di Kota Jambi sebanyak 117 cabang atau toko ritel modern, terdiri dari Alfamart 73 cabang dan 44 cabang. (Ajmad, 2022).

Tabel 1. 2 Ritel dan minimarket pada kecamatan Batin XXIV

Ritel/Minimarket	Desa/Kelurahan
DR	Simp.Karmeo
Ardi Mart	Muarajangga
Alfamart	Muarajangga
Jp Mart	Durianluncuk
Alfamart	Durianluncuk
Toko Purmama	Simp.Jelutih
Alem mart	Jelutih

Sumber : Observasi Lapangan 2024

Menurut Dinas Penanaman Modal & Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Batanghari tahun 2022 terdapat 2 gerai Alfamart pada Kecamatan Batin XXIV. Pada tahun 2014 alfamart mulai masuk pada wilayah Kecamatan Batin XXIV yakni pada kelurahan Durian Luncuk. Setahun kemudian yakni pada tahun 2015 Alfamart kembali mendirikan kedainya pada wilayah Kecamatan Batin XXIV yaitu pada Kelurahan Muara Jangga untuk mencukupi minat dan permintaan masyarakat terus semakin meningkat. Alfamart Dengan membangun konsep toko modern yang dekat dengan tempat tinggal konsumen, Mencakup berbagai kebutuhan pokok dengan sistem swalayan, konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkannya dari rak minimarket.

Dalam penelitian lini, tempat yang dijadikan penelitian yaitu Toko Jelutih Pratama (JP) Mart. Toko Jelutih Pratama (JP) Mart berlokasi di Kelurahan Durian

Luncuk tepatnya Jln. Muaro Tembesi-Sarolangun. dil depan POM Bensin Durian Luncuk, Lokasi toko ini sangat mudah dijangkau oleh konsumen baik dari dalam daerah maupun luar daerah. Lokasi dan letak toko Jelutih Pratama (JP) Mart dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut.

Gambar 1. 2 JP Mart Durian Luncuk



Sumber : Observasi Lapangan 2024

Namun karena lokasi Jelutih Pratama (JP) Mart yang strategis harus bersaing dengan Alfamart yang letaknya persis di sebelah toko dan persaingannya sangat kuat. Hal ini mengharuskan kedua toko ini untuk bersaing, terutama Toko JP Mart yang khususnya minimarket milik pribadi. Strategi keunggulan bersaing menjadi faktor utama untuk JP Mart dapat dikatakan mampu bersaing. Konsumen saat ini menghadapi beraneka pilihan produk, merek, dan harga., maka konsumen akan mempertimbangkan penawaran dalam menentukan pilihan berbelanja dengan menilai dari beberapa aspek baik itu kebersihan, kenyamanan, kelengkapan, harga, dan pelayanan yang baik.

Seperti halnya minimarket modern, JP Mart juga menempatkan barang dan produk jualannya pada rak. Rak ini digunakan untuk menata dan menampilkan barang dan produk yang di jual serta memaksimalkan fungsi ruang, memberikan kesan yang rapi, memudahkan pembuatan daftar barang, dan memudahkan konsumen dalam memilih dan mengambil barang, serta tersedianya berbagai jenis produk. Rak produk di Toko JP Mart ditunjukkan pada gambar 1.3 berikut ini.

Gambar 1. 3 Rak Toko Jelutih Pratama (JP) Mart



Sumber : Observasi Lapangan 2024

JP Mart menjual berbagai macam produk, antara lain makanan pokok, makanan ringan, mainan anak, peralatan konstruksi, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga lainnya. Toko Jelutih Pratama (JP) Mart merupakan toko yang banyak mengalami perubahan sejak didirikan. Berikut tabel data penjualan Toko JP Mart ditampilkan pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Toko JP Mart Periode Tahun 2021-2023

No	Tahun Penjualan	Total Penjualan	Persentase peningkatan penjualan %
1	2020	10.432.235.167,87	0
2	2021	12.323.686.432,63	18
3	2022	17.207.330.682,47	40
4	2023	20.448.533.541,94	19

Sumber: Toko JP Mart 2023

Dari tabel data penjualan diatas dapat diketahui penjualan pada Toko Jelutih Pratama (JP) Mart pada setiap tahunnya terus meningkat hal ini mengindikasikan adanya perkembangan pendapatan pada Toko Jelutih Pratama (JP) Mart ini. Hal ini tak tentunya tak lepas dari strategi keunggulan bersaing yang diterapkan JP Mart.

Agar dunia usaha dapat berkembang secara dinamis dan kompetitif, perusahaan memerlukan inovasi untuk menghadapi persaingan, baik dalam strategi internal maupun eksternal, terutama pada produknya. Karena persaingan yang tinggi, perusahaan perlu mencari strategi pemasaran yang sesuai agar produknya diminati masyarakat. Untuk bersaing, perusahaan harus mengembangkan strategi optimal untuk memenuhi preferensi konsumen yang selalu berubah.

Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Strategi Keunggulan Bersaing Pada Jelutih Pratama (JP) Mart Durian Luncuk Kecamatan Batin XXIV Kabupaten Batanghari”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimanakah Strategi Keunggulan Bersaing JP Mart Durian Luncuk ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan strategi keunggulan bersaing JP Mart Durian Luncuk.
2. Untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing JP Mart Durian Luncuk.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Akademis

Penelitian ini sebagai referensi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan pemahaman yang lebih baik dan praktis pengetahuan terutama mengenai analisis keunggulan bersaing pada Instansi, Perusahaan, terlebih khusus sejenis toko kelontong atau minimarket terkait.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan rekomendasi baru minimarket terkait yakni di sini JP Mart Durian Luncuk dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi keunggulan bersaing yang lebih efektif.