

ANALISIS KEBERLANJUTAN USAHA TOKO KELONTONG DI KECAMATAN JEKULO KABUPATEN KUDUS

Emma Nor Alfiani

email: emanoralfiani251999@gmail.com

Universitas PGRI Semarang

Abstract

This research is motivated by the many people who choose to shop at minimarkets rather than grocery stores, which causes a decrease in grocery store turnover. The formulation of the problem in this study, First, how to increase the income of grocery store traders in Jekulo District?. Second, how is the sustainability strategy of grocery stores in Jekulo District in facing competition with minimarkets?. The purpose of this study, first is to analyze ways to increase the income of grocery store traders in Jekulo District. The second is to analyze the sustainability strategy of grocery stores in Jekulo District in the face of competition with minimarkets. This research method is descriptive qualitative, researchers carry out activities by describing data and facts by finding existing realities and carried out continuously from the beginning to the end of the study. The results of this study are by selling through wa such as making stories, selling merchandise that is not sold in minimarkets such as ice cubes, retail drugs, etc. The conclusion in this study is to increase the income of traders by using electricity and water as needed, completing the stock of merchandise that many consumers buy. The business sustainability strategy is by offering delivery services, serving online purchases, and being friendly in serving buyers. Suggestions in this study are selling products on social media besides selling in the marketplace, maintaining the cleanliness of the grocery store, arranging merchandise according to its type and selling merchandise that is not sold in minimarkets.

Keywords: *Business Sustainability, Revenue, Competition*

Abstrak

Penelitian ini di latar belakang oleh banyaknya masyarakat yang memilih berbelanja di minimarket dari pada di toko kelontong, yang menyebabkan menurunnya omset toko kelontong. Rumusan masalah pada penelitian ini, Pertama bagaimana cara untuk meningkatkan pendapatan pedagang toko kelontong di Kecamatan Jekulo?. Kedua bagaimana Strategi keberlanjutan toko kelontong di Kecamatan Jekulo dalam menghadapi persaingan dengan minimarket?. Tujuan pada penelitian ini, Pertama menganalisis cara untuk meningkatkan pendapatan pedagang toko kelontong di Kecamatan Jekulo. Kedua menganalisis Strategi keberlanjutan toko kelontong di Kecamatan Jekulo dalam menghadapi persaingan dengan minimarket. Metode penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, peneliti melakukan kegiatan dengan menguraikan data maupun fakta dengan menemukan realita yang ada dan dilakukan secara terus menerus sejak awal sampai akhir penelitian. Hasil penelitian ini yaitu dengan cara berjualan melalui wa seperti membuat story, menjual barang dagangan yang tidak di jual di minimarket seperti es batu, obat eceran,dll. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu meningkatkan pendapatan pedagang dengan menggunakan listrik dan air seperlunya, melengkapi stok barang dagangan yang banyak di beli konsumen. Strategi keberlanjutan usaha yaitu dengan cara menawarkan jasa pengantaran barang, melayani pembelian secara online, berperilaku ramah dalam melayani pembeli. Saran pada penelitian ini yaitu menjual produk di media sosial selain itu berjualan di *marketplace*, menjaga kebersihan toko kelontong, melakukan penataan barang dagangan sesuai dengan jenisnya dan menjual barang dagangan yang tidak di jual di minimarket.

Kata kunci: Keberlanjutan Usaha, Pendapatan, Persaingan

PENDAHULUAN

Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern banyak mengundang perhatian hal ini dikarena selalu menempatkan pihak ritel tradisional dalam posisi yang lemah. Perbedaan karakteristik yang berbanding terbalik semakin memperlemah posisi ritel tradisional Utomo (2011). Agara dapat bersaing dengan minimarkeet dan supermarket maka menuntut toko kelontong harus memiliki strategi yaitu dengan meningkatkan pelayanan dan pembenahan fasilitas pada tokonya unttuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya, selain itu pemilik toko kelontong juga bias mmbuat toko online dengan memberjual belikan barang dagangannya di apikasi shopee atau mempromosiikan barang dagangannya melalui media soccial seperti whiatsapp.

Hal ini dilakukan agar masyarakat tetap memilih berbelanja di toko kelontong dari pada di minimarket dan superrrmarket serta dapat memeperttahankan kelangsungan usaha toko kelonong. Strategi ini dipilih karena konsumen biasanya akan memilih berbelanja di tempat yang memiliki kelengkapan barang, kepastian harga, kualitas barang, kesopanan pedagang, keramahan pedagang, kesigapan pedagang, keamanan pasar, kelengkapan fasiliitas, kebersihan dan kenyamanan pasar (Suntikno dalam Pentiana & Yuniarti, 2018).

Pangsa pasar toko kelontong yaitu biasanya berada di sekitar pemukiman warga hal ini dikarenakan sasaran pembeli dari toko kelontong sendiri yaitu warga yang tinggal didaerah tertentu. Sedangkan minimarket pangsa pasarnya lebih luas, dari pada toko kelontong, hal ini dikarenakan minimarket dan superrrmarket biasanya lokasinya sangat strategis seperti di tengah kota. Seiiring perkembangan jama persaingan antara toko kellontong dan miniiimarket sangat tinggi, dengan keadaan minimarket yang sudah tersebar dihampir setiap daerah yang dekat dengan pemukiman penduduk dan dekat dengan toko kelontong. Salah satu wilayah yang sudah banyak tersebar miniiimarket yaitu Kecamatan Jekulo. Hal ini dapat dilihat pada table 1.1.

Tabel 1.1**Data Jumlah Minimarket**

No.	Nama Minimarket	Tahun					Jumlah
		2017	2018	2019	2020	2021	
1.	Indomaret	1	2	1	1	0	5
2.	Alfamart	1	1	1	0	0	3

Sumber : Observasi (2021)

Berdasarkan data tersebut, menurut pihak indomaret dan alfamart dapat disimpulkan bawa minimarket seperti Indomaret pada tahun 2017-2020 selalu bertambah sedangkan minimarket seperti Alamart dari tahun 2017-2019 selalu bertambah. Dengan adanya hal ini maka toko kelontong di Kecamatan Jekulo terkena dampak penurunan pendapatan yang diakibatkan karna persaingan antara toko kelontong dan minimarket semakin ketat. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2**Data pendapatan bersih toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kudus**

No	Nama Toko Kelontong	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
1	Tok Angga	Rp. 9.600.000,-	Rp. 9.250.000,-	Rp. 8.900.000,-	Rp. 8.700.000,-
2	Toko Aulia	Rp. 9.420.000,-	Rp. 9.200.000,-	Rp. 9.000.000,-	Rp. 8.772.500,-
3	Toko Bu Agus	Rp. 11.400.000,-	Rp. 11.115.000,-	Rp. 10.000.000,-	Rp. 10.995.000,-
4	Toko Bu Bambang	Rp. 6.900.000,-	Rp. 6.800.000,-	Rp. 6.545.000,-	Rp. 6.500.000,-
5	Toko Bu Cece	Rp. 7.800.000,-	Rp. 7.650.000,-	Rp. 7.600.000,-	Rp. 7.590.000,-
6	Toko Bu Echa	Rp. 6.000.000,-	Rp. 5.850.000,-	Rp. 5.700.000,-	Rp. 5.650.000,-
7	Toko Bu Fani	Rp. 8.400.000,-	Rp. 8.115.000,-	Rp. 8.000.000,-	Rp. 7.855.500,-
8	Toko Bu Hana	Rp. 5.400.000,-	Rp. 5.395.000,-	Rp. 5.115.000,-	Rp. 5.000.000,-
9	Toko Bu Sari	Rp. 6.600.000,-	Rp. 6.500.000,-	Rp. 6.495.000,-	Rp. 6.350.000,-
10	Toko Bu Yanti	Rp. 4.800.000,-	Rp. 4.765.500,-	Rp. 4.750.000,-	Rp. 4.700.000,-

Sumber : Observasi (2021)

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat disimpulkan hal tersebut berkaitan dengan penelitian Pentiana & Yuniarti (2018) bahwa faktor yang mempengaruhi penjualan adalah faktor harga, kualitas produk, persaingan. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik mengambil judul “**Analisis Keberlanjutan Usaha Toko Kelontong Di Kecamatan Jekulo**”.

METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan yaitu metode induktif kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi dan observasi, keabsaan data menggunakan triangulasi teknik serta teknik wawancara. Langkah-langkah analisis data menurut Milles dan Huberman dalam Sugiyono (2019:322) adalah sebagai berikut : pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan yang di bahas pada penelitian ini yaitu:

Dalam penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian di toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus berupa cara untuk meningkatkan pendapatata pedagang toko kelontong dan strategi keberlanjutan toko kelontong sebagai berikut :

1. Pendapatan Pedagang Toko Kelontong Di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus

Hasil wawancara dengan pedagang toko kelontong besar, pedagang toko kelontong sedang serta pedagang toko kelontong kecil di Kecamatan jekulo Kabupaten Kudus sebagai narasumber mengenai pendapatan pedagang toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus meliputi penghasilan yang diterima perbulan, anggaran biaya serta beban yang ditanggung yang dapat ditarik kesimpulan seperti berikut:

a. Penghasilan yang Diterima Perbulan

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa terdapat persamaan jawaban antara informan PTB, PTS dan PTK bahwa penghasilan yang di terima perbulan setelah adanya minimarket menunjukkan penurunan pendapatan. Seperti PTB pada bulan Mei 2021 pendapatannya sebesar Rp. 10.000.000 sedangkan pada bulan Juni 2021 sebesar Rp. 9.820.000. PTS pada bulan Mei 2021 pendapatannya sebesar Rp. 5.552.500 sedangkan pada bulan Juni 2021 sebesar Rp. 5.426.400

. PTK pada bulan Mei 2021 pendapatannya sebesar Rp. 3.320.000 sedangkan pada bulan Juni 2021 sebesar Rp. 3.250.000. Penurunan pendapatan di sebabkan karena konsumen banyak yang beralih untuk berbelanja di minimarket daripada di toko kelontong, walaupun masih ada beberapa konsumen yang tetap berbelanja di toko kelontong.

Penghasilan yang di terima perbulan merupakan penghasilan toko kelontong yang di terima selama satu bulan sekali, baik penghasilan operasional toko, maupun penghasilan di luar operasional toko. Penghasilan operasional toko yaitu penghasilan yang diperoleh dari penjualan barang dagangan yang ada di toko setiap satu bulan sekali. Sedangkan jenis brang dagangan yang di jual di toko kelontong, baik toko kelontong besar, sedang maupun kecil memiliki kesamaan dalam menjual jenis barang dagangannya, yang berbeda hanyalah kelengkapan barang dagangan yang dijual serta banyaknya jumlah barang dagangan yang di perdagangkan.

Sasaran konsumen toko kelontong besar biasanya adalah pedagang toko kelontong kecil, pedagang makanan serta masyarakat sekitar toko kelontong, hal ini di sebabkan karena toko kelontong besar menjual jenis barang dagangan kebutuhan rumah tangga yang lengkap serta memiliki ketersediaan jumlah barang dagangan yang banyak. Sedangkan sasaran konsumen toko kelontong sedang dan kecil yaitu masyarakat yang tinggal di sekitar toko kelontong, hal ini di sebabkan karena toko kelontong sedang dan kecil menjual jenis barang dagangan kebutuhan rumah tangga yang terbatas serta memiliki ketersediaan jumlah barang dagangan yang terbatas.

b. Anggaran Biaya

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa anggaran biaya yang di keluarakan selama satu bulan sekali sesuai dengan pendapatan yang diterima. Anggara biaya yang dikeluarkan biasanya digunakan untuk membeli barang-barang dagangan yang persediannya sudah habis atau sudah sedikit. Anggaran biaya yang dikeluarkan oleh setiap toko kelontong berbeda-beda ssuai dengan besar kecilnya toko kelontong. Tetapi walaupun demikian pendapatan yang dikeluarkan sebanding dengan pendapatan yang diperoleh.

Dengan demikian adanya pengeluaran biaya yang digunakan untuk membeli barang

dagangan yang ketersediaannya sudah sedikit yaitu agar nantinya pedagang dapat menjual barang dagangan dan nantinya dapat memperoleh keuntungan, selain itu hal ini dilakukan agar ketika ada pembeli yang ingin membeli barang dagangan tidak kecewa karena barang dagangan yang akan dibeli masih tersedia. Hal ini dilakukan pedagang toko kelontong untuk strategi pemasaran agar nantinya toko kelontong dapat terus bersaing dengan minimarket. Beban yang Ditanggung atau biaya operasional pada pedagang toko kelontong Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus di bagi menjadi tiga yaitu:

- 1) Pengeluaran untuk membeli barang dagangan yang persediannya sudah habis atau sudah sedikit.
- 2) Biaya perlengkapan, yang di beli jika perlengkapan toko kelontong sudah rusak atau ingin menambah jumlah perlengkapan yang ada di toko kelontong. Pengeluaran perlengkapan yang di keluarkan oleh setiap toko kelontong pastinya berbeda-beda, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan toko kelontong.
- 3) Biaya listrik dan air, biasanya setiap pedagang toko kelontong dalam mengeluarkan biaya untuk membayar listrik dan air pastinya berbeda-beda, hal ini di sesuaikan dengan penggunaan listrik dan air.

2. Strategi Keberlanjutan Toko Kelontong Di Kecamatan Jekulo Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Minimarket

a. Kemampuan Inovasi

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa pedagang toko kelontong melakukan inovasi untuk mempertahankan konsumen agar tetap berbelanja di toko kelontong erta dapat bertahan ditengah persaingan dengan minimarket, inovasi yang dilakukan baik oleh pedagang toko kelontong yaitu menyediakan layanan mengantar barang dagangan yang di beli konsumen, mempromosikan barang dagangan melalui *story* whatsapp serta memberikan pelayanan yang lebih ramah.

Selain itu *strategy* yang dilakukan pedagang yaitu memberikan layanan yang ramah kepada pembeli agar pembeli nyaman berbelanja di toko kelontong dan pedagang toko kelontong juga

menjual barang-barang dagangan yang tidak dijual di indomaret seperti es batu, bensin, rokok dan obat-obatan yang dapat di beli secara ecer.

b. Pengelolaan Karyawan dan Pelanggan

Hasil wawancara dengan informan pedagang toko kelontong tidak memiliki pengelolaan karywan yang khusus, hal ini disebabkan pedagang toko kelontong tidak memiliki karyawan khusus untuk menjaga toko kelontongnya, toko kelontong hanya di jaga dan diolah oleh anggota keluarga saja. Maka untuk meningkatkan penjualan toko kelontong di lakukan beberapa strategi agar konsumen atau pelanggan betah dan memilih berbelanja di toko kelontong dari pada di minimarket yaitu:

- 1) Pelayanan antar barang dagangan
- 2) Layanan pembelian melalui *online* yaitu melalui *whatsapp*
- 3) Memberikan pelayanan yang ramah
- 4) Menjaga kebersihan toko

c. Pengembalian Terhadap Modal Awal

Setiap pedagang toko kelontong membutuhkan modal yang berbeda-beda untuk mendirikan usahanya. Pedagang toko kelontong besar saat membuka usahanya memerlukan modal sebesar Rp. 50.000.000, sedangkan pedagang toko kelontong sedang sebesar Rp. 12.000.000 dan pedagang toko kelontong kecil sebesar Rp. 5.000.000. Sedangkan modal yang di peroleh oleh pedagang besar, sedang dan kecil diperoleh dari pinjaman dan diperoleh dari tabungan yang dimiliki. Selain itu pemerintah tidak memberikan bantuan modal kepada pedagang yang ingin membuka usahanya.

Selain itu pedagang toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupatn Kudus tidak memperoleh bantuan dari pemerintah, karena yang mendapatkan bantuan modal dari pemerintah hanya pedagang toko kelontong yang modalnya minim dan sistem pemberian modal tidak secara cuma-cuma diberikan kepada pedagang toko kelontong, tetapi pedagang kelontong diberikan

bantuan modal berupa pinjaman dari pemerintah yang nantinya pedagang kelontong harus membayar setiap bulannya.

3. *Marketing Mix*

a. **Produk**

Bahwa baik pedagang toko kelontong besar, kecil maupun sedang menjual barang dagangan kebutuhan sehari-hari seperti sembako, peralatan mandi makanan dan lain sebagainya, selain itu karena adanya toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus mempermudah konsumen untuk membeli barang kebutuhan, sehingga adanya toko kelontong membudahkan konsumen untuk membeli barang kebutuhan.

b. **Penetapan Harga**

Sebagai narasumber mengenai penetapan harga di toko kelontong Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus meliputi keuntungan, mempertahankan usaha serta Mengelola *return of investment* (ROI) yang dapat ditarik kesimpulan seperti berikut:

- 1) Keuntungan
- 2) Mempertahankan Usaha
- 3) Mengelola *return of investment* (ROI)

c. **Distribusi**

Sebagai narasumber mengenai distribusi meliputi informasi konsumen, negosiasi harga serta *physical possession* yang dapat ditarik kesimpulan seperti berikut:

- 1) Informasi Konsumen

Dengan cara promoi secara online melalui whatsapp hal ini di lakukan agar konsumen mengetahui barang yang di jual toko kelontong sehingga toko kelontong dapat bersaing dengan minimarket.

- 2) Negosiasi Harga

bahwa ketika berbelanja di toko kelontong tidak di perbolehkan tawar menawar, hal ini dikarenakan barang dagangan yang di jual di toko kelontong merupakan barang dagangan dengan

harga pasti. Karena ada beberapa barang dagangan seperti makanan ringan yang telah di tempeli label harga.

3) *Physical possession*

bahwa fasilitas tempat yang ada di toko kelontong Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus sama yaitu terdapat tempat untuk barang dagangan, etalase, kalkulator, toples serta ada tempat duduk untuk konsumen hanya yang berbeda luas warungnya saja.

d. Promosi

Bahwa pedagang toko kelontong besar, sedang dan kecil tidak melakukan promosi dalam menjual barang dagangannya dengan memberikan diskon akan tetapi pedagang toko kelontong melakukan promosi untuk menjual barang dagangan secara *online* melalui *whatsapp*, hal ini dilakukan sebagai strategi agar konsumen mengetahui barang dagangan yang di jual oleh toko kelontong sehingga nantinya toko kelontong dapat mempertahankan kelangsungan usaha di tengah persaingan dengan minimarket.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan sebagai berikut :

1. Cara untuk meningkatkan pendapat pedagang toko kelontong di Kecamatan Jekulo sehingga toko kelontong dapat bertahan di tengah persaingan dengan minimarket meliputi penghasilan yang diterima perbulan, anggaran baya serta beban yang ditanggung. Bahwa pedagang toko kelontong menggunakan listrik dan air seperlunya saja serta membeli stok barang dagangan yang banyak diminati oleh konsumen, hal ini dilakukan untuk meminimalisir kerugian sehingga dapat meningkatkan penghasilan.
2. Strategi keberlanjutan toko kelontong di Kecamatan Jekulo dalam menghadapi persaingan dengan minimarket meliputi kemampuan inovasi, pengelolaan karyawan dan pelanggan serta pengemalian terhadap modal awal. Bahwa strategi yang dilakukan agar toko kelontong dapat bertahan di tengah persaingan dengan minimarket yaitu dengan memberkan pelayanan khusus dengan menawarkan

jasa pengantaran barang dagangan yang telah di beli, melayani pembelian secara *online* melalui *whatsapp*, berperilaku ramah ketika melayani pembeli, serta rajin membersihkan toko agar konsumen merasa nyaman ketika berbelanja di toko kelontong.

3. *Marketing mix* di toko kelontong Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus meliputi produk, penetapan harga, distribusi serta promosi. Bahwa pedagang toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus menjual barang dagangan sesuai dengan kebutuhan koumen yaitu barang kebutuhan rumah tangga, dengan harga yang pasti serta dalam melakukan promosi melalui *online* menggunakan aplikasi *whatsapp*.

maka penulis memberi saran sebagai kepada:

1. Pedagang Toko Kelontong

- a. Menjual produk di media sosial seperti *instagram*, *whatsapp* serta *facebook*.
- b. Selain itu berjualan di *marketplace* seperti *shopee*, toko pedia serta lazada.
- c. Menjaga kebersihan toko kelontong.
- d. Melakukan penataan barang dagangan sesuai dengan jenisnya, agar toko kelontong lebih tertata.
- e. Menjual barang dagangan yang tidak dijual di minimarket.

2. Peneliti

Harapannya untuk peneliti selanjutnya yaitu agar nantinya dapat meneliti mengenai Keberlanjutan usaha toko kelontong di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Pentiana, D., & Yuniarti, E. (2018). *Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Toko Kelontong di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung*. 12(1), 25–31.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dab R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utomo, T. J. (2011). *The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern*. Fokus