



Pilihan Strategi Bisnis Warung Tradisional terhadap Warung Modern di Wilayah Kota Palembang

Vivi Permatasari Soekiman¹
¹Universitas Katolik Misi Charitas

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pilihan strategi bisnis apa yang digunakan para pemilik oleh warung tradisional untuk dapat bertahan dalam menghadapi para warung modern di daerah Cinde Palembang. Dengan menggunakan Metode penelitian kualitatif. Dimana nantinya informan dalam penelitian ini adalah pemilik warung tradisional yang ada di sekitaran daerah Cinde Palembang. Data diperoleh dengan melakukan wawancara langsung terhadap informan selaku pemilik warung tradisional dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang bersangkutan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh para pemilik warung tradisional adalah dengan menjual harga produk yang lebih rendah, kualitas produk yang dijual, kualitas pelayanan, lokasi (dekat dengan pemukiman), dan menjual produk yang dominan untuk menarik perhatian konsumen.

Kata kunci : Strategi Bisnis, Warung Tradisional, Warung Modern, Metode Kualitatif.

Abstract

This research was conducted with the aim of knowing what business strategy options are used by traditional shop owners to be able to survive in the face of modern stalls in the Cinde area of Palembang. By using qualitative research methods. Where later the informants in this study were the owners of traditional stalls around the Cinde Palembang area. The data was obtained by conducting direct interviews with informants as traditional shop owners by asking a number of questions. The results of this study explain that the strategy used by traditional shop owners is to sell lower product prices, product quality, service quality, location (close to settlements), and selling dominant products to attract consumer attention.

Keywords: *Business Strategy, Traditional Warung, Modern Warung, Qualitative Method.*

PENDAHULUAN

Penelitian ini melihat pada kondisi langsung di pasar cinde, seperti yang kita ketahui bahwa pasar cinde sendiri merupakan suatu pasar yang bisa melengkapi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Namun, terdapat warung modern yang menjalankan usahanya berdekatan dengan warung tradisional yang ada di lokasi tersebut. Hal ini berdampak pada kondisi warung tradisional dimana konsumen lebih memilih berbelanja di warung modern. Tetapi hal tersebut bisa diatasi dengan strategi bisnis yang dibuat oleh warung tradisional untuk mengetahui warung modern.

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia khususnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, warung tradisional memiliki peran utama. Sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. warung tradisional memiliki peran utama. Sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari, sehingga tidak perlu melakukan perjalanan ke pasar rakyat yang berjarak lebih jauh dari rumah (Nisa et al., 2021). Sejak zaman dulu warung tradisional dikenal sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, dengan istilah warung tradisional ini merujuk pada tempat yang sederhana. Namun, memiliki beberapa manfaat untuk masyarakat yaitu, produk yang disediakan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagai tempat bersosialisasi, dan bisa juga untuk membantu UMKM menitipkan produknya. Biasanya yang berbelanja di warung adalah masyarakat dari golongan menengah ke bawah.

Warung modern juga ditertibkan oleh pemerintah dengan ditetapkannya peraturan Menteri Republik Indonesia No. 18 Tahun 2022 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan No. 23 Tahun 2021 tentang pedoman pengembangan, penataan, dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko swalayan, Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern, serta pasal 3 ayat 9 disebutkan bahwa minimarket contohnya seperti *Indomaret* dan *Alfamart* harus memperhatikan Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada minimarket tersebut. Namun, dari diterapkannya aturan tersebut pada nyatanya di kondisi lapangan tidak sesuai. Tidak sedikit lokasi warung modern yang berdekatan dengan warung tradisional, di mana keduanya sama-sama menjual kebutuhan masyarakat sehari-hari. Meskipun ada beberapa undang-undang dan peraturan pemerintah tentang perlindungan pengecer/penjual tradisional dalam menghadapi pasar modern, peraturan ini tidak berfungsi secara optimal (Farida et al., 2020).

Dalam perkembangan, bisnis warung ini yang berawal dari warung tradisional sampai muncul warung modern yang pemainnya adalah koperasi besar. Tidak hanya terdapat proses tawar menawar barang antara pembeli dan penjual, akan tetapi warung juga harus dapat menyesuaikan/dapat membaca apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dan harus mampu memberikan rasa kenyamanan kepada pelanggan sehingga dapat memberikan daya tarik tersendiri kepada pelanggan (Djiko, 2021). Menurut data pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) 2021 Kota Palembang memiliki 318 kedai *Indomaret* dan 209 kedai *Alfamart* yang beroperasi di 18 kecamatan yang ada. Dengan kehadiran warung modern ini di khawatirkan bisa menggeser warung tradisional di Palembang. Keberadaan warung modern ini tidak hanya di pusat kota, melainkan kedua warung modern ini sudah menjamur bahkan sampai masuk dalam kecamatan dan kabupaten yang ada di kota Palembang Sumatera Selatan.

Perkembangan warung modern yang begitu pesat khususnya di Palembang, membuat sejumlah warung modern ini merajalela di pemukiman masyarakat. Tidak hanya terdapat proses tawar menawar barang antara pembeli dan penjual, akan tetapi warung juga harus dapat menyesuaikan atau dapat membaca apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dan harus mampu memberikan rasa kenyamanan kepada pelanggan sehingga dapat memberikan daya tarik tersendiri kepada pelanggan (Djiko, 2021). Hal ini membuat warung tradisional merasa khawatir karena mereka harus berhadapan dengan warung modern untuk tetap menjalankan usahanya. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi bisnis, sehingga warung tradisional ini bisa bertahan dan bersaing dengan warung modern yang ada saat ini. Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah yaitu “Strategi bisnis apa yang diambil oleh warung tradisional yang ada di Palembang untuk dapat bersaing dengan warung modern”.

Dengan perkembangan dan menjamurnya warung modern ini, penelitian ini ingin melihat operasional usaha warung tradisional dengan menjamurnya warung modern. Strategi bisnis apa yang diterapkan oleh warung tradisional untuk bertahan dan bersaing dengan warung modern. Berdasarkan latar belakang yang ada, maka judul penelitian ini adalah “Pilihan Strategi bisnis warung tradisional terhadap warung modern di kota Palembang”

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris dan mengetahui strategi bisnis apa yang digunakan oleh warung tradisional untuk dapat bertahan di dalam persaingannya dengan warung modern yang berkembang begitu cepat.

Manfaat penelitian untuk pengembangan praktis, untuk masyarakat penelitian ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi khususnya untuk warung tradisional sendiri dengan

munculnya warung modern yang semakin berkembang dan menjamur saat ini. Sedangkan bagi pemerintah penelitian ini dijadikan bahan evaluasi dalam membuat dan memberikan izin terhadap pendirian warung modern serta mengoptimalkan peraturan perlindungan pengecer/penjual tradisional dalam menghadapi warung modern. Dan manfaat pengembangan ilmu, penelitian ini untuk menambah referensi dan sumber informasi mengenai strategi bisnis yang digunakan warung tradisional untuk bertahan menghadapi warung modern.

KAJIAN PUSTAKA

Warung tradisional merupakan bentuk usaha kecil yang menjual barang-barang kebutuhan pokok yang dijual secara eceran (Amelia dan Hardiansyah, 2022). Warung tradisional adalah warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembako, makanan dan minuman. Warung tradisional merupakan usaha yang dimiliki sebagian masyarakat dan dijadikan sebagai sumber pendapatan utama dalam memenuhi kebutuhan (Yoga dan Djinarsetiawani, 2021).

Warung modern adalah warung dengan sistem pelayanan mandiri, dibandingkan dengan warung tradisional, warung modern menyediakan barang yang lebih lengkap dan sarana dan prasarana yang memadai yang lebih memberikan kenyamanan bagi konsumen dibandingkan warung tradisional. Warung modern adalah warung yang bersifat modern dimana barang dagangannya di perjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktivitas tawar-menawar dan dengan layanan yang baik (Kawilarang et al., 2020).

Strategi bisnis merupakan suatu pencapaian keuntungan laba (*profit*) secara optimal. Langkah untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran baik dari segi kualitas, harga, maupun daya saing atas produk yang dihasilkannya (Rosmadi, 2021). Strategi bisnis adalah susunan perencanaan untuk mencapai suatu tujuan yang muncul akibat adanya persaingan pasar sehingga ingin meningkatkan kualitas, perencanaan, dan menguatkan barang atau jasa yang bersaing dalam suatu industri untuk jangka waktu panjang suatu perusahaan.

Strategi bisnis yang dilakukan oleh pemilik warung tradisional seperti, harga jual yang lebih murah dibandingkan warung modern, kualitas pelayanan yang ramah dan baik diingat juga bahwa warung tradisional ini merupakan warung tetangga dan tentunya sudah akrab dengan pelanggan, kualitas produk juga menjadi salah satu strategi para pemilik warung tradisional dimana mereka harus memperhatikan tanggal kadaluarsa produk tersebut serta fisik produk tersebut agar sesuai dengan keinginan konsumen, selanjutnya lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk menjadikan *point plus* untuk warung tradisional. Dan yang terakhir menjual produk yang sering digunakan oleh masyarakat dengan harga yang relatif lebih murah sehingga bisa menarik pelanggan untuk melihat produk yang lain.

METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Zuchri, 2021).
2. Penelitian ini dilaksanakan di daerah Pasar Cinde (Jalan Letnan Jaimas Kelurahan 24 Ilir) kota Palembang. Daerah pasar cinde ini dipandang cocok untuk melaksanakan penelitian ini, karena di daerah ini banyak pelaku warung tradisional yang beroperasi. Kawasan padat penduduk merupakan pangsa pasar bagi warung tradisional dan warung modern, terdapat

juga banyaknya warung modern yang menjalankan kegiatan operasional berdekatan dengan warung tradisional.

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama Warung	Nama Pemilik	Lama Usaha
1.	Warung Sanesa	Dewi	6 tahun
2.	Warung Virista	Yohanes Maria Sofian	9 tahun
3.	Warung KS	Suryanti	6 tahun
4.	Warung Imario	Ima	20 tahun
5.	Warung Yanto	Suandy Kurniawan	33 tahun

- Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Sederhananya, sumber data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung (Sugiyono, 2016). Data primer dalam penelitian ini, berupa hasil jawaban yang diperoleh secara langsung dari pemilik warung tradisional melalui teknik wawancara untuk mengetahui hubungan yang berkaitan dengan objek penelitian yang didapatkan dari 5 informan. Wawancara ini membahas tentang pilihan strategi bisnis warung tradisional terhadap warung modern di sekitar tempat usaha mereka, dalam wawancara ini juga dilengkapi dengan dokumentasi berupa foto dan rekaman suara sebagai bukti yang mampu memperkuat hasil pengumpulan data dan analisis dari penelitian ini, sehingga memiliki tingkat validasi yang tinggi. Berikut ini adalah informasi warung tradisional yang ada di daerah Pasar Cinde Palembang.
- Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, dengan cara melakukan wawancara untuk menemukan dan mengungkapkan data secara mendalam tentang rumusan yang akan dicari dalam penelitian ini. Wawancara semi terstruktur dipilih untuk penelitian ini karena dalam pelaksanaannya bisa menggali informasi lebih dalam dari informan serta pertanyaan tidak dibatasi dan tidak terlalu formal sehingga mampu memperbanyak data untuk mendukung hasil penelitian ini. Wawancara semi terstruktur merupakan proses wawancara yang bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka sesuai prosedur wawancara dengan mengajukan pertanyaan berdasarkan pengembangan topik sehingga wawancara lebih fleksibel (Kamaria, 2021). Penelitian ini memiliki beberapa indikator dan item pertanyaan yang akan digunakan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara.

Tabel 2. Pedoman Wawancara

Indikator	Instrumen	Pertanyaan
Aktivitas operasional warung tradisional.	Pengetahuan mengenai warung modern.	<ol style="list-style-type: none"> Nama pemilik warung tradisional? Nama warung tradisional? Berapa tahun warung tradisional beroperasi? Apakah pemilik warung tradisional mengetahui adanya bisnis minimarket seperti warung modern di sekitar warung tradisionalnya?

		5. Apakah warung tradisional merasa terganggu dengan hadirnya warung modern ini?
Aktivitas strategi bisnis warung tradisional.	Pengetahuan mengenai strategi bisnis warung tradisional	6. Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan warung tradisional dalam menghadapi persaingannya dengan warung modern?

Dengan pedoman wawancara di atas didapatkan jika strategi pemilik warung tradisional ada 5 yaitu harga jual yang lebih murah, kualitas pelayanan yang baik dan ramah karena sudah mengenal baik pelanggan, lokasi yang dekat dengan pemukiman, kualitas produk yang baik dan menonjolkan satu produk yang bisa menarik perhatian para pelanggan.

5. Analisis data dalam penelitian ini digunakan sebagai proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami. Teknik analisis data adalah metode dalam memproses data menjadi informasi. Saat melakukan suatu penelitian, kita perlu menganalisis data agar data tersebut mudah dipahami. Analisis data juga diperlukan agar kita mendapatkan solusi atas permasalahan penelitian yang tengah dikerjakan (Purbowati, 2021).
6. Uji keabsahan data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kebenaran data yang sering disebut sebagai uji kredibilitas yang bermanfaat memberikan kepercayaan terhadap data hasil penelitian ini. Dalam penelitian ini akan menggunakan triangulasi data dalam uji validitas. Teknik triangulasi ini dipilih dengan tujuan mampu memperoleh data yang bervariasi dan hasil yang akurat sehingga penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara langsung terhadap beberapa sumber (informan) yang mempunyai usaha warung tradisional dan memiliki strategi bisnis cara tetap bertahan untuk keabsahan informasi yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yang berarti memperoleh data dari sumber-sumber yang berlainan tetapi teknik yang sama (Pritandhari dan Ratnawuri, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teknik penilaian kualitatif dalam mencari informasi tentang strategi bisnis warung tradisional untuk dapat bersaing dengan warung modern di daerah Pasar Cinde tepatnya di Jalan Letnan Jaimas Kota Palembang untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi yang digunakan oleh warung tradisional sehingga masih bisa bertahan, eksis dan bersaing sampai sekarang di era modern ini meskipun dikelilingi oleh warung modern. Penelitian ini dilakukan dengan mencari informasi terlebih dahulu mengenai warung tradisional yang masih tetap bertahan dimulai dari 3 tahun terakhir dalam bentuk wawancara.

Wawancara ini dilakukan pada tanggal 19 April 2023, pada pukul 14:53 WIB dan pada tanggal 21 April, pada pukul 11:30 WIB. Wawancara dilakukan pada waktu tersebut karena mencari jam-jam yang tidak ramai pengunjung pada warung tradisional sehingga wawancara bisa dilakukan secara efektif dan efisien.

Dari jawaban yang didapat dalam wawancara dengan para informan, strategi bisnis yang digunakan oleh warung tradisional untuk bersaing serta bertahan dengan warung modern. Dengan menggunakan 5 strategi bisnis yaitu, harga jual, kualitas pelayanan, lokasi (dekat pemukiman), kualitas produk dan menjual produk yang dominan.

1. Harga Jual

Menurut Kotler (2016) Harga jual merupakan suatu sistem manajemen perusahaan yang bermanfaat sebagai dasar penentuan harga jual yang tepat untuk barang maupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Hal ini menjadikan harga jual menjadi strategi bisnis yang menyangkut diskon, pembayaran jasa angkut untuk pengiriman dan beragam variabel yang terkait dengan harga jual. Penetapan harga jual menjadi strategi pertama yang diterapkan oleh warung tradisional untuk bisa bersaing dengan warung modern. Dengan menetapkan harga jual yang lebih murah dibandingkan warung modern, diharapkan konsumen akan lebih banyak untuk berbelanja di warung tradisional. Hal ini dikemukakan oleh para informan pada saat melakukan wawancara sebagai berikut:

“Strateginyo kalo warung modern tuh kan dio cuma hari-hari tertentu dalam menyambut apo baru ado diskonnyo, kalo kami warung tradisional kan emang hargonyo murah. Dak ado dalam rangka apo-apo kami tetap murah” (Ibu Dewi, Pemilik Warung Sanesa).

“Yo terganggu lah namonyo persiangan kan jadi ini lah apo, istilahnyo tergantung kito caro melayani dan hargo kito yang terjangkauah karna ini kan tempatnyo sekalian samo tempat tinggal eh. Jadinyo idak metu doet sewo lagi teros samo pekerja jugo kami dak katek karna masih anggota keluarga yang biso bantu. Diusahakan barang yang kito jual nih lengkap, hargo besaing dan layanan baik” (Bapak Yohanes Pemilik Warung Virista).

“Dari hargo sik jangan tinggi eh itu yang pertama, kedua kito melayani pembeli tuh dak boleh kasar. Itu aja” (Ibu Suryanti Pemilik Warung KS).

“Mungkin yang pertama tuh dari pelayannyolah eh harus ramah, teros dari hargo jugo kito dak biso ambek untuk yang terlalu tinggi kek tuh nah. Nak di sesuaikan samo hargo pasarannyo berapo jugo kek tuh sik” (Ibu Ima Pemilik Warung Imario).

“Kalo aku eh, dari hargo tentunyo kito lebeh murahlah di bandingke warung modern biar biso bersaing” (Bapak Suandy Pemilik Toko Yanto).

Dari jawaban para informan diatas dapat diketahui bahwa dengan menerapkan harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan harga jual di warung modern, bisa membuat pemilik warung tradisional dapat bertahan sampai saat ini. Harga jual yang ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut (Wagiyo, 2019), keuntungan yang diambil pun tidak terlalu tinggi. Pemilik warung tradisional juga memiliki asumsi dengan adanya perbedaan dalam segi harga yang lebih murah ini, membuat konsumen lebih menarik untuk berbelanja di warung tradisional. Lokasi warung tradisional yang menggunakan tempat tinggal sendiri, sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya sewa. Adapun warung tradisional ini tidak mempunyai pekerja, pekerja mereka biasanya anggota keluarga sendiri. Sehingga warung tradisional dapat berjualan dengan harga yang relatif lebih murah.

Dalam menjual barang, warung tradisional ini akan menyesuaikan harga jual dengan harga pasar yang sedang terjadi. Sehingga harga tetap bisa dikatakan wajar oleh konsumen karena mengikuti harga pasar yang ada. Meskipun demikian, strategi bisnis yang diterapkan oleh warung tradisional ini dapat membuat mereka bertahan dan bersaing dengan warung modern.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik suatu produk atau jasa yang menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian. Merupakan sebuah ciri yang ditimbulkan oleh suatu jasa didalam suatu organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan pemakai (Riyandi, 2019). Dengan kualitas

pelayanan yang baik dan ramah terciptalah rasa puas dan nyaman bagi konsumen, di mana konsumen sebagai objek utama bagi warung tradisional untuk bersaing dengan warung modern. Hal ini dikemukakan oleh para informan pada saat dilakukan wawancara:

“Yo terganggu lah namonyo persaingan kan jadi ini lah apo, istilahnyo tergantung kito caro melayani. Diusahakan barang yang kito jual nih lengkap, hargo besaing dan layanan baik dan ramah” (Bapak Yohanes Pemilik Warung Virista).

“Keduo kito melayani pembeli tuh dak boleh kasar biar pembeli tuh biso balek lagi ke warung kito karno dio seneng samo pelayanan kito. Itu aja” (Ibu Suryanti Pemilik Warung KS).

“Mungkin yang pertama tuh dari pelayannyolah eh harus ramah samo baik samo pembeli tuh” (Ibu Ima Pemilik Warung Imario).

Dari jawaban para informan di atas bisa diketahui bahwa dengan melihat kualitas pelayanan dapat membuat warung tradisional bisa bertahan sampai saat ini. Kualitas pelayanan yang di maksud seperti bersikap ramah, baik dan sopan kepada konsumen yang datang sehingga menciptakan suasana yang akrab dengan konsumen sehingga muncul rasa nyaman dari konsumen terhadap warung tradisional dan tidak beralih ke warung modern. Kualitas Pelayanan yang baik dan ramah akan membuat rasa nyaman bagi konsumen, sebaliknya pelayanan yang kurang baik akan membuat konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang pada warung tersebut (Hariaji dan Irianto, 2019). Menurut para informan warung tradisional ini dengan menarik simpati dan memunculkan nilai keakraban dengan konsumen bisa membuat warung tradisional bertahan dalam persaingannya dengan warung moden.

3. Lokasi (Dekat Dengan Pemukiman Penduduk)

Lokasi merupakan kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah perusahaan, keputusan lokasi sering bergantung pada tipe bisnis (Lesmana et al). Dengan lokasi yang berdekatan dengan pemukiman penduduk, sehingga membuat konsumen untuk lebih memilih berbelanja ke warung tradisional karena dekat dan mempercepat adanya barang yang dibutuhkan oleh konsumen di sekitar warung tradisional. Hal ini dikemukakan oleh salah satu informan pada saat dilakukan wawancara:

“Teros kan kito lebih deket samo permukiman tuh jadi keunggulan samo kemenangan kito. Tapi biasonyo konsumen galak sekalian bayar apo kayak tuh nah, jadi dio sekalian ke warung modern itu. Tapi sik biasonyo kalo kayak orang tua lebih memilih warung tradisional karena deket kan jadi dak payah mereka nak kewarung modern” (Ibu Dewi Pemilik Warung Sanesa).

“Iyo tuhlah, samo sikok lagi tuh dari lokasi. Kito ni kan lebeh deket samo rumah-rumah penduduk yo jadi mempermudah mereka jugo untuk yang nak butuh cepet kan barangnyo” (Bapak Saundy Pemilik Warung Yanto).

Dari pernyataan salah satu informan diatas bisa diketahui bahwa lokasi warung tradisional yang berdekatan dengan pemukiman penduduk dapat membuat membuat warung tradisional bisa bertahan sampai saat ini, karena konsumen akan memilih untuk tetap berbelanja di warung tradisional yang relatif lebih dekat sehingga mempercepat terpenuhinya kebutuhan bagi konsumen. Dengan lokasi yang dekat dengan pemukiman akan menjadi suatu pertimbangan bagi konsumen (Hariaji dan Irianto, 2019). Lain halnya jika konsumen akan melakukan beberapa pembayaran akan langsung ke warung modern, namun hal ini tidak membuat warung tradisional kehilangan konsumennya dan masih bisa bertahan dalam persaingannya dengan warung modern.

4. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang diperhatikan dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang utama memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing (Santoso, 2019). Kualitas produk menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh warung tradisional untuk menjadi salah satu kemampuan warung tradisional tetap bertahan. Hal ini dikemukakan oleh para informan pada saat dilakukannya wawancara:

“Dusahakan barang yang kito jual nih lengkap istilahnyo jugo untuk kualitas barang kito jual ini harus bagus” (Bapak Yohanes Pemilik Warung Virista).

“Iyo bener. Samo kualitas barang kito harus bagus di perhatiin tanggal expirednyo. Jadi eh kito jual murah tapi barangnyo tetap di jago” (Ibu Suryanti Pemilik Warung KS).

Dari pernyataan dari para informan di atas diketahui strategi selanjutnya yang mereka terapkan adalah dengan menjaga kualitas produk agar tetap baik. Strategi ini diterapkan oleh warung tradisional dengan cara memperhatikan tanggal kadaluwarsa suatu produk, walaupun produk dijual dengan harga yang lebih murah. Namun, produk tetap dijaga kualitasnya karena kualitas dapat terpenuhi ketika warung tradisional dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan bisa melebihi harapan pelanggan (Anggraeni et al, 2016).

Kadaluwarsa dapat diartikan sebagai jangka waktu yang diberikan kepada konsumen untuk dapat menikmati suatu produk bahan makanan.³ Biasanya, di setiap produk terdapat label yang menyatakan “baik digunakan sebelum” guna memberikan informasi kepada konsumen tentang tanggal kadaluwarsa produk tersebut (Disemandi dan Nadia 2021). Jika produk yang dijual sudah melebihi tanggal kadaluwarsa, maka tidak hanya konsumen yang mengalami kerugian. Namun, kerugian juga dialami oleh warung tradisional karena nama baik mereka akan tecoreng dan kehilangan pembeli setia mereka. Jadi dengan menjaga kualitas produk dengan baik akan menjadi salah satu strategi yang bisa dilakukan warung tradisional untuk tetap bertahan di dalam persaingan dengan warung modern.

5. Menjual Produk yang Dominan

Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang “Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” produk dominan adalah keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti dipasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang tertentu. Hal ini dikemukakan oleh salah satu informan pada saat dilakukannya wawancara:

“Iyo bener dek, mak itulah kiro-kiro aku biso mempertahankan usaha aku sampe sekarang. Samo sikok lagi tuh memilih produk yang dominan, ini emang aku terapi diwarung aku sejak dulu ye, kan warung aku nih sebenernyo fokusnyo jual minyak sayur cak tuh nah karena kan di wilayah sini banyak pembuat kerupuk yo jadi pasti banyak membutuhkan minyak nah belum lagi ibu-ibu rumah tangga yang pasti tiap hari dio butuh minyak sayur buat masak. Jadi minyak sayur yang aku jual nih ado yang kiloan dan ado yang bemerek memang, nah minyak sayur di warung kami nih emang dibeli dari supplier nian jadi berapo bulan tuh pasti truk tangki minyak tuh datang kesini. Dengan minyak sayur niolah aku biso narik konsumen untuk kewarung aku, jadinya mereka dk Cuma beli minyak tapi sekalian beli produk lain. Nah kalo strategi mak ini kan pasti dak katek di warung modern kek itu”.

Dari pernyataan informan di atas ini, strategi bisnis yang dilakukan oleh salah satu pemilik warung tradisional adalah dengan menjual produk yang dominan untuk menarik perhatian konsumen. Di satu sisi, konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan, namun di sisi lain konsumen tentu akan semakin bingung memilih produk yang akan dikonsumsi. Di saat konsumen bingung inilah para pemilik warung tradisional berlomba-lomba merebut perhatian konsumen dengan menginformasikan dan menawarkan produk dominan mereka agar menjadi pemenang dalam pasar persaingan (Lukitaningsih, 2013). Jadi dengan adanya produk yang mendominasi di warung tradisional akan menarik konsumen untuk Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 tentang “Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” produk dominan adalah keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di berbelanja di mereka, produk yang dominan bisa di pilih seperti produk yang diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini ialah strategi bisnis yang dilakukan oleh para pemilik warung tradisional untuk tetap bertahan dan bersaing dalam menghadapi warung modern di kota Palembang adalah dengan memberikan harga jual yang lebih rendah dan mengharapkan konsumen akan lebih banyak berbelanja di warung tradisional daripada di warung modern. Warung tradisional sendiri tidak membayar sewa tempat usaha dan tidak adanya pembayaran gaji pada karyawan. Membuat warung tradisional ini bisa memberikan relatif lebih murah dibandingkan dengan warung modern. Harga jual pada warung tradisional pun harga murah yang tetap atau mengikuti harga pasar, sedangkan warung modern memiliki promo namun tidak selalu promo itu ada yang bisa membuat harga jual lebih murah.

Selanjutnya strategi bisnis yang dilakukan para pemilik warung tradisional dalam menghadapi persaingan dengan warung modern di kota Palembang adalah sisi pelayanan, para pemilik warung tradisional percaya bahwa pelayanan yang baik, ramah, dan sopan akan membuat komunikasi dan keakraban yang baik kepada konsumen. Sehingga dengan harapan konsumen akan merasa kenyamanan di saat berbelanja di warung tradisional dan akan kembali berbelanja di warung tradisional tersebut.

Lokasi menjadi salah satu pilihan strategi bisnis yang diterapkan oleh pemilik warung tradisional dalam menghadapi persaingan dengan warung modern di kota Palembang, dengan dekatnya warung tradisional dengan pemukiman penduduk menjadi poin *plus* tersendiri untuk warung tradisional. Hal ini membuat para konsumen akan lebih memilih berbelanja ke warung tradisional dikarenakan dekat dan tidak perlu mengeluarkan biaya. Hal positif lainnya mempercepat terpenuhinya kebutuhan konsumen.

Berikutnya strategi bisnis yang dilakukan oleh para pemilik warung tradisional dalam menghadapi persaingan dengan warung modern di kota Palembang, yaitu dengan menjaga kualitas produk yang dijual walaupun memiliki harga yang murah namun para pemilik warung tradisional tetap menjaga kualitas produknya seperti memperhatikan tanggal kadaluwarsanya setiap produk yang dijual. Selain itu produk yang lengkap juga akan menarik konsumen untuk tetap berbelanja di warung tradisional.

Strategi bisnis yang terakhir yang diterapkan oleh salah satu informan pemilik warung tradisional dalam menghadapi persaingan dengan warung modern di kota Palembang adalah

dengan menjual produk yang dominan. Produk dominan pun bisa di pilih seperti minyak, beras, dan lain-lain dimana produk-produk ini ialah produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Produk dominan ini bisa menarik pelanggan untuk berkunjung ke warung tradisional mereka, dan biasanya konsumen pun tidak hanya membeli produk yang dominan ini namun mereka membeli produk yang lain juga.

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian didukung dengan metode kualitatif dan dibantu oleh data primer yang diperoleh melalui wawancara semi terstruktur. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu pada proses wawancara waktu yang di miliki sangat terbatas karena pemilik warung kurang focus dengan pertanyaan peneliti karena diiringan untuk tetap melayani konsumen sehingga informasi yang di dapat pun kurang maksimal Keterbatasan penelitian yang lain, pada saat wawancara juga terhambat dikarenakan adanya suara dari beberapa konsumen. Sehingga suara informan tidak bisa di dengar dengan begitu jelas.

2. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan serta hasil dari lapangan, penelitian ini mengharapkan penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya dikarenakan penelitian ini masih terdapat keterbatasan. Maka berikut beberapa saran peneliti: Penelitian selanjutnya dengan keterbatasan yang ada diharapkan lebih memperhatikan waktu yang tepat untuk melakukan wawancara kepada informan sehingga informasi yang di dapat bisa maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, P & Hardiansyah, A. (2022). Dampak Keberadaan Minimarket Alfamart Bagi Warung Tradisional. Vol. 13 No. 2.
- Anggraeni P, Kumadji S, Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). Vol. 37 No. 1.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Awaluddin, R. (2021). Manajemen Strategik: Strategi Bisnis Naik Kelas Dengan Bussiness Model Canvas.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. 2021. Pertumbuhan gerai Minimarket Modern. DMPTSP Kota Palembang.
- Djiko, R. (2021). Persaingan Usaha Kios Tradisional Dengan Toko Modern Di Kecamatan Tobelo Tengah Kabupaten Halmahera Utara. Vol. 03 No. 04.
- Disemandi S, Nadia A. (2021). Produk Bahan Pangan Kadaluaarsa yang Diperjualbelikan di Supermarket : Suatu Kajian Hukum Perlindungan Konsumen. Vol. 5.
- Firdaus, R., Setiawan, D. (2022) *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 9 No. 2.
- Hariaji U, Iriyanto S, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Vol. 15 No. 2.
- Hariadi, Bambang, (2003). Strategi Manajemen, Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Ismail Solihin. (2012). Manajemen Strategik. Jakarta: Erlangga.
- Iqbal, M. (2021). Aturan Jarak Tempat Usaha Minimarket Rumahan Dengan Toko Tradisional. Berita 99.co. Diakses 16 Maret 2023 dari <https://berita.99.co/aturan-usaha-minimarket-rumahan/>

- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum. (2007). Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko modern.
- Joewono, Handito. (2012). *Strategy Management*. Jakarta: Arrbey
- Jumaidi T., Jalaludin, Ahyar, M. (2019). Eksistensi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Dan Waserda. Vol. 8 Issue 2.
- Kamaria, A. (2021). Implementasi Kebijakan Penataan dan Mutasi Guru Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Dinas Pendidikan Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(3), 82-96.
- Kawilarang Y., Sambiran, S., Kimbal, A. (2020). Dampak Kebijakan Perizinan Minimarket Terhadap Usaha Kecil Di Kecamatan Kawangkoan Dan Kawangkoan Barat. Vol. 2 No. 5.
- Kotler, P. & G. A. (2016). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Erlangga
- Kurniawan, R & Azhar. (2019). Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidimpuan. Vol. 4 No. 1.
- Lasena, Sitti Rahmi. “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Dimembe Nyiur Agripro”. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, ISSN: 2303-1174, (2013): h. 585-592.
- Lesmana I., Soegriato E., Suyanti. (2017). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Dijalan Juanda Samarinda.
- Lukitahningsih A. (2013). “Iklan yang Efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 13, No.2.
- Mardiyah, A & Safrin, A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8 No. 1, 91-99.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2022). Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Pembelian dan Toko Swalayan.
- Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasti, E., Juliansyah, Suharto, B. (2021). Pengaruh Keberadaan Toko Modern Terhadap Toko Tradisional di Kecamatan Sangatta Utara Kabupaten Kutai Timur. Vol. 9 No. 4.
- Nisa, K. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Tempat Belanja (Studi Kasus Minimarket Dan Toko Kelontong Di Kelurahan Kali Rungkut Kecamatan Rungkut Kota Surabaya). Vol. 1 No. 7.
- Nugraha J. (2022). Data Primer Adalah Jenis Data Utama. Merdeka.com. Diakses pada 13 April 2022.
- Pritandhari, M & Ratnawuri, T. (2018). Analisis Pembelajaran Monopoli Ekonomi (Monokomi) pada Siswa *Boarding School*. *Jurnal pendidikan Ekonomi UM Metro*. Vol. 6 No. 2, 99-105.
- Rachmawati, W., Gunawan, H., Sari, N. (2019). Analisis Laporan Keuangan Usaha Warung Sembako “Zainuddin”. Vol. 6. No. 1.
- Rijali, A. (2017). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95.
- Riyandi. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). Vol. 2 No. 1.
- Rosmadi, N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. Vol. 4 No. 1.
- Pemerintahan Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia.
- Purbowati, D. (2021). Teknik Analisis Data: Apa, Bagaimana, dan Ragam Jenisnya. Blog Deni Purbowati. Diakses 16 Maret 2023 dari <https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/teknik-analisa-data-apa-bagaimana-dan-ragam-jenisnya>

- Santoso, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Geprek Benu Rawamangu). Vol 16 No. 1.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2018), Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D, CV, Alfabeta, Bandung.
- Suhada, Nisa, Siska F., Dewi S. (2021). Pengaruh Minimarket Waralaba Terhadap Warung Tradisional Di Kalimantan Selatan.
- Suryana, H. (2022). Strategi Bersaing Warung Tradisional Dalam Menghadapi Perkembangan Ritrel Modern Untuk Mencegah Kebangkrutan Di Kelurahan Balandai Kota Palopo. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri: Palopo.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Wagiyo, Pasya J, Fransiska L. (2019). Analisis Biaya Produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan Pada Rumah Makan Meychan Seba Sepuluh Ribu Di Pringsewu. Vol. 10 No. 1.
- Yana, S. (2018). Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatra Selatan.
- Yoga, M., Setiawina, D. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Warung Tradisional Menghadapi Pesaing Minimarket Di Kecamatan Mengwi.