

BAB III

**PERSAINGAN BISNIS RETAIL INDOMARET DAN ALFAMART SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP BISNIS RETAIL TRADISIONAL DI
SURABAYA**

A. Gambaran Umum Indomaret

1. Sejarah berdirinya Indomaret¹

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2. Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara. Menilik sejarahnya, Indomaret yang didirikan pada 1988, awalnya bukan ritel berbentuk waralaba. Konsep dan ide waralaba Indomaret lahir dari sang pemilik, pada 1995, Dengan tujuan untuk mempercepat pertumbuhan dan ekspansi usaha. Maka, pada 1997, resmilah Indomaret mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah Indomaret teruji dengan lebih dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret meraih penghargaan “Perusahaan Waralaba 2003 dari Presiden Megawati Soekarnoputri. Hingga Maret 2011 Indomaret mencapai 5174 gerai. Dari total itu 3232 gerai adalah milik sendiri dan sisanya 1942 gerai waralaba milik masyarakat, yang tersebar di kota-kota di Jabotabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, yogyakarta, Bali dan

¹ Profil Perusahaan dalam <http://indomaret.co.id>, Tgl 17 Maret 2013

Lampung. Di DKI Jakarta terdapat sekitar 488 gerai. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”.

Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non makanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari. Didukung oleh 13 pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan salah satu aset bisnis yang sangat menjanjikan. Keberadaan Indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah bendera grup INTRACO, yaitu Indogrosir, BSD Plaza dan Charmant.²

2. Visi, Budaya dan Esensi³

Visi : Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

Moto : Mudah & Hemat

Budaya :

Menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis serta mengutamakan kepuasan konsumen.

Esensi : Pendekatan dengan senyuman yang tulus, untuk membangun hidup lebih baik.

² www.Indomaret.co.id. (17 Maret 2013).

³ “Visi-dan-Budaya-Perusahaan”, dalam <http://indomaret.co.id> (16 mei 2013).

3. Waralaba

Indomaret berupaya “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”. Tahun 1997 Indomaret memperkenalkan sistem kemitraan dengan membuka peluang bagi masyarakat untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Sampai dengan Januari 2011, gerai waralaba Indomaret telah mencapai 2.000 (40%). Mitra usaha waralaba ini meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan.

Persyaratan waralaba dirancang sederhana dan ekonomis sehingga memudahkan masyarakat berpartisipasi dan memiliki usaha ini berdasarkan sikap saling percaya dan menguntungkan. Sistem waralaba Indomaret telah teruji dengan jumlah gerai waralaba yang meningkat tajam. Hal ini juga diakui pemerintah dengan diberikannya penghargaan “Perusahaan Waralaba Unggul 2003” oleh Presiden Megawati Soekarno putri. Ini merupakan penghargaan pertama yang diterima perusahaan ritel waralaba nasional dan sampai saat ini hanya Indomaret yang menerimanya.⁴

Persyaratan menjadi terwaralaba Indomaret jika anda memutuskan untuk membeli hak waralaba Indomaret, langkah awal yang harus dipenuhi adalah :⁵

⁴ Waralaba dalam <http://indomaret.co.id> (16 mei 2013).

⁵ Persyaratan Waralaba dalam "http://indomaret.co.id/?page_id=135" \t "_self", Tgl 16 mei 2013

1. Warga Negara Indonesia
2. Menyediakan ruang usaha ukuran 50-150 m² (milik sendiri/sewa)
3. Memiliki NPWP dan PKP, serta kelengkapan perijinan lainnya
4. Investasi peralatan toko dan biaya waralaba

Indomaret akan membantu Anda dalam menyiapkan pengelolaan toko dalam hal :

1. Survey kelayakan tempat usaha dan bantuan mencari lokasi
2. Perencanaan anggaran biaya
3. Studi kelayakan investasi
4. Tata ruang dan perencanaan toko
5. Pengurusan ijin usaha dan NPWP
6. Renovasi ruang usaha
7. Pembelian peralatan toko
8. Seleksi dan pelatihan karyawan
9. Standard kerja dan sistem penggajian karyawan
10. Paket sistem operasional toko dan administrasi keuangan
11. Seleksi dan kredit barang dagangan tanpa bunga dan tanpa jaminan
12. Program promosi penjualan

Ada 2 pola kerja sama waralaba Indomaret:⁶

a. Tidak memiliki tempat usaha

⁶ <http://indomaret.co.id/waralaba/pola-waralaba> Tgl 16 mei 2013

Jika Anda tidak memiliki tempat usaha, Indomaret menawarkan 2 opsi kerja sama.

1) Usulan lokasi toko baru.

Indomaret menawarkan lokasi yang telah disurvei disertai perencanaan matang, mulai dari desain layout toko, estimasi investasi, pendapatan, pengeluaran dan payback period.

2) Take over kepemilikan.

Indomaret menawarkan toko milik sendiri, yang sudah teruji dan menguntungkan. Sistem ini relatif lebih safe namun nilai investasinya lebih tinggi dibanding dengan membuka toko baru karena ada biaya toko, sejak dibuka hingga mencapai kondisi mapan.

Unsur biaya yang merupakan satu paket harga tersebut yaitu:

1. Franchise fee untuk 5 th
2. Peralatan toko dan gudang
3. Sewa tempat selama 5 thn
4. Perijinan
5. Goodwill

Penjualan toko Indomaret memiliki kriteria yang bertujuan memberikan nilai keuntungan dan kepastian berinvestasi dengan mudah.

Kriteria toko Take over adalah :

1. Track record telah teruji
2. Eksistensi toko diterima

3. Perijinan toko telah lengkap

b. Memiliki tempat usaha

Apabila Anda telah memiliki lokasi usaha, Indomaret menawarkan kerja sama sebagai berikut

1. Ruang usaha/rumah/tanah.

Prosedur kerjanya sama dengan “Usulan lokasi toko baru”. Indomaret terlebih dulu melakukan survey kelayakan lokasi yang anda usulkan, mulai dari potensi wilayah, peruntukan bangunan dan perijinan, perencanaan layout toko sampai dengan estimasi payback period-nya. Jika semua dinilai layak, kerja sama dapat dilakukan. Akan tetapi jika tidak atau ada kendala lain, Indomaret akan menyarankan untuk mencari lokasi yang lain.

2. Minimarket existing.

Bila anda memiliki toko yang kurang berkembang dan ingin mengembangkannya, dapat bergabung dengan Indomaret. Prosedur standarnya sama, mulai dari survey kelayakan lokasi sampai dengan estimasi payback period. Perlakuan yang membedakannya adalah dalam menghitung investasi perlengkapan toko. jika perlengkapan toko tersebut sesuai dengan standar Indomaret maka investasinya lebih murah. Namun jika tidak sesuai dengan standar Indomaret, perlengkapan tersebut harus diganti baru.

4. Pemasaran dan Promosi

Target pasar Indomaret adalah semua kalangan masyarakat di Indonesia. Strategi pemasarannya diintegrasikan dengan kegiatan promosi yang dijalankan secara berkala dengan berbagai metode sesuai dengan jenis produk dan fokus target pasarnya. Beberapa strategi jangka pendek yang dijalankan oleh Indomaret antara lain:

- "Harga Heboh": promosi mingguan yang memberikan harga sangat murah untuk produk-produk kebutuhan sehari-hari.
- "Super Hemat": leaflet edisi dua mingguan yang mempromosikan produk-produk dengan harga hemat sebagai panduan bagi konsumen untuk belanja hemat.
- "Promosi Bulan ini": promosi bulanan atas produk tertentu dalam bentuk pemberian hadiah langsung atau potongan harga.

Untuk strategi jangka panjang, Indomaret menerapkan berbagai program yang berkaitan dengan loyalitas konsumen serta pembentukan komunitas.

Dalam upaya meningkatkan brand image sampai ke tingkat dunia, Indomaret berhasil menjadi "Official Event Store" (OES) Piala Dunia 2010 dengan menyisihkan peritel-peritel besar di Indonesia. Dengan terpilihnya Indomaret sebagai OES oleh Global Brands Group sebagai pemegang lisensi eksklusif FIFA di seluruh dunia maka Indomaret menjadi gerai resmi yang menjual produk Piala Dunia 2010 serta berhak menggunakan logo dan atribut Piala Dunia 2010 pada setiap kegiatan promosi di Indonesia. Terpilihnya

Indomaret sebagai OES merupakan keberhasilan yang berkaitan erat dengan pengalaman, kemampuan dan luasnya jaringan Perusahaan sehingga menjadi yang terbaik di bidang usahanya.⁷

Eksistensi dan perkembangan Indomaret didukung oleh tim merchandising dalam menangani pemilihan, pengadaan dan pengembangan produk; kerja sama dengan lebih dari 1.000 mitra pemasok; strategi penetapan harga yang tepat serta pengelolaan pemajangan produk. Indomaret mengelola sekitar 4.800 produk terdiri dari food, nonfood, general merchandise dan fresh product.

Pengadaan produk Indomaret didukung lebih dari 1.000 pemasok berskala nasional termasuk UMKM. Kemitraan terjalin dan terus berkembang dari waktu ke waktu atas dasar prinsip saling menguntungkan dan tumbuh kembang bersama. Inovasi dengan sistem teknologi mutakhir, Indomaret terus berupaya menyediakan beragam produk dan jasa inovatif sesuai perkembangan gaya hidup untuk memastikan kemudahan, kenyamanan dan kepraktisan konsumen dalam berbelanja. Pengembangan lebih dari 200 produk *private* label dengan harga ekonomis dan kualitas prima memberikan nilai tambah bagi konsumen Indomaret.⁸

⁷ “Pemasaran dan Promosi” dalam <http://indomaret.co.id>

⁸ “Produk-dan Jasa” dalam <http://indomaret.co.id>

B. Gambaran Umum Alfamart

1. Sejarah Alfamart

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 Struktur kepemilikan berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT HM Sampoerna Tbk dan 30% dimiliki oleh PT Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto).

PT. Alfa Minimart Utama (AMU) didirikan pada tanggal 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo, Tbk sebesar 51% dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49%. PT. Alfa Minimart Utama (AMU) ini kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 berlokasi di Jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang.

Pada tanggal 27 Juni 2002, PT.HM Sampoerna Tbk secara resmi merestrukturisasi kepemilikan sahamnya di PT.Alfa Retailindo Tbk. Saham HM Sampoerna di Alfa Retailindo yang semula 54,4% dikurangi menjadi 23,4%. Di sisi lain, perusahaan rokok terbesar kedua di Indonesia akan mulai menggarap serius pasar minimarket yang selama ini belum tergarap melalui Alfa .

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT.HM. Sampoerna, Tbk sebesar 70% dan PT.Sigmantara Alfalindo sebesar 30%. Kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada tanggal 1 Januari 2003. Pada tahun 2005 Jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam enam tahun. Semua toko berada di pulau Jawa.

Awal tahun 2006 PT HM Sampoerna Tbk menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT Sigmantara Alfindo (60%) dan PT Cakrawala Mulia Prima (40%). Mendapat Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu. Pertengahan 2007 Alfamart sebagai Jaringan Minimarket Pertama di Indonesia yang memperoleh Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu. Jumlah gerai mencapai 2000 toko dan telah memasuki pasar Lampung.

Awal 2009 menjadi perusahaan publik pada tanggal 15 Januari 2009 di Bursa Efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3000 toko dan juga memasuki Pasar Bali.

2. Visi, Misi dan Budaya

VISI : Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil,

pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

- MISI :
1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan / konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
 2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku / etika bisnis yang tertinggi.
 3. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
 4. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan , pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

BUDAYA :

1. Integritas yang tinggi.
2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik.
3. Kualitas & Produktivitas yang tertinggi.
4. Kerjasama Team.
5. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik.⁹

3. Waralaba¹⁰

⁹ Www. Sejarah dan Profil Alfamart.com

¹⁰ <http://waralaba.alfamartku.com/news/read/id/64>, Tgl 27 Maret 2013

Waralaba Alfamart adalah usaha minimarket yang dimiliki dan dioperasikan berdasarkan kesepakatan waralaba dari PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk, selaku pemegang merek Alfamart. Dengan motto “Belanja Puas, Harga Pas” model bisnis Alfamart adalah menjual berbagai kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan berlokasi di sekitar wilayah perumahan.

Ada 2 jenis toko yang ditawarkan kepada para calon mitra usaha:

1. Waralaba Toko Baru
2. Waralaba Toko Take Over

Kunci sukses dalam berbisnis minimarket adalah:

1. Lokasi yang strategis
2. Merek yang sudah dikenal luas
3. Pelayanan toko yang baik
4. Pilihan produk yang tepat & berkualitas
5. Harga yang pas
6. Display yang menarik
7. Promosi yang berkesinambungan

Syarat menjadi pemilik toko waralaba Alfamart adalah:

1. WNI
2. Memiliki Badan Usaha (PT/CV/Koperasi)
3. Sudah atau akan mempunyai lokasi usaha dengan luas 150 - 250 m²
4. Memenuhi persyaratan perijinan (ijin tetangga; ijin domisili; SIUP; TDP; NPWP & NPPKP; STPUW; IUTM (untuk daerah tertentu)

5. Bersedia mengikuti sistem & prosedur yang berlaku di Alfamart.

4. Pemasaran

Target pemasaran alfamart adalah semua kalangan masyarakat di Indonesia yang ingin memberikan kemudahan kepada konsumen dengan ada di dekat lingkungannya. Strategi pemasarannya diintegrasikan dengan kegiatan promosi yang dijalankan secara berkala dengan berbagai metode sesuai dengan jenis produk dan focus target pasarnya.

- Kalender belanja “promosi yang diadakan 2 minggu sekali memberikan harga mudah dan hemat.
- Keuntungan kartu aku “memberikan potongan harga dan hadiah khusus yang berpengaruh pada produk tersebut.
- Belanja puas, harga pas” memberikan kemudahan berbelanja pada konsumen dengan harga pas dan menarik tentunya”.
- Untuk strategi jangka panjang berbagai program yang berkaitan dengan loyalitas konsumen serta pembentukan komunitas.

Dalam meningkatkan *brand image* berhasil dalam meraih penghargaan dengan piala dunia 2009 yang meyisihkan partikal-partikal besar di Indonesia. Dengan memperoleh penghargaan brand dan menjadikan gerai Alfamart yang resmi menjual produk-produk yang terpilih, sehingga terpilihnya Alfamart

berkaitan erat dengan pengalaman menjadikan yang terbaik dalam bidang usahanya.¹¹

C. Model Persaingan Bisnis Retail Indomaret Dan Alfamart di Surabaya

Untuk mengetahui model persaingan minimarket Indomaret dan Alfamart yang memengaruhi pola pikir masyarakat dalam memilih tempat untuk membeli kebutuhan sehari-hari dapat dilihat dari dua tabel yang diperoleh dari pengamatan langsung di lapangan seperti dibawah ini:

Tabel 3.1
Minimarket Indomaret¹²

No	Hal-hal yang dipersaingan di Indomaret	
1	Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Terjangkau, heboh, serba diskon, serba gratis - Promosi mingguan, bulanan - Kejutan hadiah mingguan dan bulanan - Tidak bisa ditawar (harga paten)
2	Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Ramah, memakai senyuman - Ucapan selamat datang & selamat berbelanja - Ucapan terimakasih ketika selesai belanja - Kasir cepat dengan memakai komputer
3	Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang bersih, luas dan harum berAC - Tempat barang tertata rapi dan bermodel lous - Tempat strategis dan berhadapan dengan Alfamart - Luas parkir (4 x 9 m)
4	Barang	<ul style="list-style-type: none"> - Barang langsung bisa dilihat dan diambil sendiri - Stok banyak dan Lengkap - Barang sudah tertata dan bisa milih sendiri

¹¹ http://makalah_perusahaan_alfamart.blogspot.com, Tgl 06 Juni 2013

¹² Observasi di lapangan (di Indomaret Jemur Wonosari, Ketintang dan Bendul Merisi), Tanggal 18 April 2013

		- Barang yang bermerek Indomaret sendiri
--	--	--

Barang-barang yang bermerek Indomaret adalah sandal, lampu, masker, sendok, tisu, alat ngepel, sapu, minyak goreng, shampo mobil, snaks, garpu, kaos kaki, kaos tangan, kaos dalam, obat pembersih lantai, pemres, AMDK dan Amplop.

Tabel 3.2

Minimarket Alfamart¹³

No	Hal-hal yang dipersaingkan di Alfamart	
1	Harga	<ul style="list-style-type: none"> - Terjangkau, heboh, diskon, serba gratis - Promosi mingguan, bulanan - Kejutan hadiah mingguan dan bulanan - Tidak bisa ditawar
2	Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Ramah, memakai senyuman - Ucapan selamat datang & selamat berbelanja - Ucapan terimakasih ketika selesai belanja - Cepat (memakai 2 mesin komputer)
3	Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang bersih, luas dan harum berAC - Barang sudah tertata dan bisa milih sendiri - Luas parkir (2 x 4 m)
4	Barang	<ul style="list-style-type: none"> - Langsung bisa dilihat dan diambil - Stok banyak, baru dan Lengkap - Banyak barang bermerek Alfamart sendiri

¹³ Observasi di lapangan (di Alfamart Jemur Wonosari, Bendul Merisi dan Ketintang), Tanggal 18 April 2013

Barang-barang yang bermerek Alfamart adalah sandal, kaos kaki, amplop, alat-alat tulis, masker, kertas bungkus nasi, tisu basah bayi, garpu, sendok sup dan buku tulis.

Adapun dalam persaingan jam kerjanya yaitu dalam memasarkan barang, ada yang sama-sama buka (24) jam, dan ada juga yang buka dari jam 07 WIB sampai jam 22 WIB, jam 06 WIB sampai jam 23 WIB, Jam 07 WIB sampai Jam 23 WIB, hal ini terbukti terjadi dialfamar dan indomaret yang berada dijemur wonosari, margorejo, bendul merisi dan ketintang.

Dari hasil pengamatan langsung di lapangan yang dipaparkan dalam tabel 3.1 dan 3.2 menjelaskan bahwa kedua toko Indomaret dan Alfamart telah terjadi persaingan yang ketat sekali. Artinya hal-hal yang dipersaingkan dalam mengembangkan bisnisnya banyak sekali, sehingga kedua toko tersebut mempunyai cara-cara tersendiri dalam menarik konsumen demi kemajuan bisnisnya.

Hal yang paling penting bagi Indomaret dan Alfamart dalam memperjuangkan bisnisnya adalah perubahan harga setiap saat, pelayanan yang familiar, fasilitas yang nyaman, dan barang yang berkualitas serta barangnya lebih lengkap ketimbang toko-toko tradisional. Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Asmudik sebagai parmuniga di toko Alfamart bahwa yang sangat penting bagi Alfamart adalah merubah harga barang setiap hari dan melayani dengan santun dengan memakai perempuan-perempuan yang cantik. Perubahan harga besar-besaran terjadi pada tanggal 1 dan 16 salah satunya tidak memberikan bandrol

harga barang yang dibulatkan seperti harga yang lebihnya Rp.50,Rp.20 Rp.55 Rp.75 Rp.60 masih banyak terjadi sehingga banyak konsumen banyak tertipu. Dan sesungguhnya dengan tidak memberikan bandrol harga yang langsung dibulatkan akan menjadi omzet sendiri bagi Alfamart dan sebagian dimasukkan ke kotak amal.¹⁴ Dan juga sesuai dengan pendapat Cahyo bahwa setiap hari pasti ada perubahan harga dengan mengganti struk harga di tempat barang, Ada harga yang diturunkan dan juga ada harga yang dinaikkan tujuannya supaya konsumen tertarik aja, dan setiap hari pasti banyak konsumen yang membelinya sehingga penghasilannya setiap hari mencapai sekitar 9-10 juta/otlet. Adapun untuk bergabung dalam franchise Alfamart, dibutuhkan investasi sebesar Rp 300-380 juta di luar sewa bangunan dengan biaya royalti pada kisaran 2-3% selisih omzet dgn nilai bawah tiap golongan.¹⁵ Menurut Mas Tolib sebagai Asisten toko Alfamart bahwa pemberian hadiah, diskon, membeli dua gratis satu itu tidak merugikan toko karena ketika mengadakan bonus pada suatu barang maka harga barang yang lain pasti dinaikkan, Misalnya beli teh sosro satu gratis satu maka harga sandal yang harganya Rp.2.500 maka dinaikkan Rp.3.000 jadi untung yang didapat Rp.500 dan disisihkan kepada teh yang dapat gratisan satu supaya tidak

¹⁴ Asmudik (Pegawai Alfamart Sebagai Pramuniaga), *Wawancara*, di Bendul Merisi, Hari selasa tanggal 04/02/2013

¹⁵ Cahyo (Pegawai Alfamart Sebagai Pramuniaga), *Wawancara*, di Ketintang Selatan Nomor.73 di Alfamart, Hari Rabu tanggal 05/02/ 2013

rugi.¹⁶ Begitu juga pendapat pegawai Indomaret bahwa setiap hari pasti ada perubahan harga, Namun pasti seimbang kalau barang yang dinaikkan harganya sejumlah 20 barang maka harga barang yang diturunkan juga 20 barang, dan sebagian barang yang kurang laris (*expayet*) pasti dikembalikan ke kantor Indomaret setiap dua minggu sekali untuk dikemas lagi supaya lebih baik dan bisa dijual lagi. Adapaun dengan omzet.¹⁷

Adapun fakta yang sering muncul dipermukaan Indomaret, total investasi yg dibutuhkan yaitu Rp 300 juta atau Rp 350 juta di luar sewa bangunan, tergantung kategori fasilitas yg didapat. Pemberian royaltinya antara 2-4% dari adalah harga barang yang lebihnya Rp.50, Rp.75, Rp.60, Rp.20 kadang dibulatkan keatas dan kadang dibulatkan ke bawah, pada sesungguhnya konsumen banyak tidak tau kalau itu dibulatkan. Dan juga sisa uang yang di atas Rp.100 atau Rp.500 sering diganti permen dengan alasan kasir tidak ada uang recehan untuk uang kembalian, hal ini termasuk pemaksaan bagi konsumen meskipun pada akhirnya konsumen juga rela. Hal ini sesuai dengan pendapat Bpk Arif di Bendul Merisi bahwa “saya tidak rela ketika sisa uang belanja diganti dengan permen karena saya tidak butuh permen dan itu kan juga termasuk barter”.¹⁸ Begitu juga yang dialami

¹⁶ Mas Tolib (Sebagai Asisten toko Alfamart), *Wawancara*, di Ketintang, Tanggal 05 Maret 2013

¹⁷ Satriyo (Sebagai Pramuniaga Indomaret), *Wawancara*, di Ketintang 9 Surabaya Malam Kamis tanggal 05/02/2013

¹⁸ Mas Arif (Sebagai konsumen), *Wawancara*, Bendul Merisi Surabaya, Tanggal 15 Pebruari 2013

Bapak Mamang yang tidak suka dengan Indomaret karena sering terjadi pengebalian sisa uang yang diganti dengan permen dengan alasan sikasir tidak punya uang recehan sehingga mau tidak mau kita harus mau terhadap permen tersebut.¹⁹

Pada hari Sabtu tgl 06 Nopember 2012 jam 07 di Alfamart Jemur Wonosari di Perempatan jalan, ketika peneliti membeli sabun yang bermerek lifebuoy yang harganya tertera Rp.5.700 di tempat barangnya. Namun ternyata harga barangnya berubah menjadi Rp.6000 ketika sampai di kasir, dan struk pembayarannya juga berubah menjadi Rp.6000. Akhirnya peneliti minta penjelasan pada kasir, kasirpun hanya bisa menjawab minta maaf, dan sisa uang yang ada di kasir dikembalikan Rp.300 dan dia mengubah tulisan yang ada di komputernya.²⁰ Begitu juga di Indomaret sering terjadi seperti itu, salah satu Contoh peneliti membeli Sarimi Gor Ayam di Indomaret harga yang tertera Rp.1.950 ketika di kasir diminta Rp.2.000 dan di struknya tidak berubah cuman kasir minta dua ribu rupiah. Dalam hal ini seharusnya informasi harga yang ditulis harus sama ketika pembayaran di kasir, namun yang terjadi di kasir ternyata tetap minta Rp. 2000 karena tidak ada uang sejumlah Rp.50.²¹

¹⁹ Pak Mamang (konsumen), *Wawancara*, Jemur Wonosari, Tanggal 02 Juni 2013

²⁰ Jaminul, (Pegawai Alfamart), *Wawancara*, Surabaya, Pada hari Sabtu, 06 Nopember 2013, Pkl. 12.03 Wib

²¹ Andy Cahyo, (Pegawai Indomaret), *Wawancara*, Surabaya, Pada hari Sabtu, 29 Januari 2013, Pkl. 19.58 Wib

Fakta yang lainnya terjadi di toko Alfamart, yaitu adanya kecurangan dan ketidakjujuran timbangan, contohnya adalah gula yang ditulis 1kg dengan harga Rp.13.600/ 1kg, namun ternyata setelah peneliti menimbang sendiri tidak sampai 1kg yaitu kurang ½ ON. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Ibu Nur di Ketintang bahwa Ibu Nur tidak suka berbelanja di Alfamart karena salah satu barang seperti gula ada kecacatan yaitu beratnya gula yang 1kg kurang ½ ON.²²

D. Faktor-Faktor Konsumen Memilih Indomaret dan Alfamart

Adanya persaingan bisnis retail Indomaret dan Alfamart di Surabaya ternyata membawa dampak yang signifikan bagi masyarakat setempat, khususnya bagi pedagang tradisional, hal ini disebabkan konsumen tradisional banyak berpindah berbelanja ke toko Indomaret dan Alfamart.

Berpindahnya konsumen dari toko tradisional ke toko Indomaret dan Alfamart disebabkan karena faktor konsumen lebih senang berbelanja ke Indomaret dan Alfamart. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen lebih senang berbelanja ke Indomaret dan Alfamart adalah sebagai berikut:

1. Lokasi

Dari segi lokasi, minimarket Indomaret dan Alfamart selalu berlomba-lomba mencari tempat yang strategis dan saling berdekatan diantara keduanya, sehingga kedua toko tersebut berdampak pada pola pikir masyarakat atau

²² Ibu Nur (sebagai konsumen), *Wawancara*, Ketintang Surabaya, Tgl 22 Maret 2013

konsumen dalam memilih kedua toko tersebut, mana yang lebih baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan kholis bahwa “Karena rumah saya tidak jauh dengan minimarket dan terjangkau, maka saya biasa membeli kebutuhan keluarga di Indomaret dan Alfamart. Disamping itu letaknya juga di pinggir jalan utama desa saya, jadi tidak sulit dijangkau dengan berkendara sepeda motor”²³

2. Harga

Dari segi harga, minimarket Indomaret dan Alfamart sama-sama selalu ingin menunjukkan harga yang heboh, diskon, dapat bonus, adanya undian dengan syarat berbelanja minimal sejumlah uang tertentu, sehingga banyak masyarakat tertarik berbelanja kekedua toko tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Ustad Kholig di Ketintang yang sering belanja ke Indomaret dan Alfamart karena barangnya terjamin tidak kadaluarsa, pelayanan enak, banyak bonus, diskon, hadiah berbeda dengan di toko-toko kecil yang kadang barangnya tidak terjamin, jadi meskipun harganya lebih mahal dari toko kecil tidak masalah”²⁴.

Begitu juga pendapat Mas Aziz bahwa harganya barang lebih murah di Indomaret ketimbang Alfamart seperti contoh garuk kumis yang harganya sama, mereknya sama, kualitasnya sama namun garuknya lebih besar di Indomaret, akan tetapi dengan toko-toko kecil masih lebih murah di toko-toko

²³ Kholis (sebagai konsumen), *Wawancara*, Bendul Merisi, tanggal 24 Desember 2013

²⁴ Ustad Kholiq, Konsumen , *Wawancara*, Ketintang Surabaya, Pada hari Sabtu, 9 Pebruari 2013, Pkl. 10.00 Wib

kecil namun kualitasnya kalah dengan Indomaret seperti contoh sabun yang bermerek fonds yang harganya Rp.10.000 dan di toko kecil Rp.9.000”.²⁵ Hal ini juga sesuai dengan pendapatnya Novi yang sering belanja di Alfamart dan Indomaret hampir setiap hari, namun harga barang masih lebih murah di Indomaret contohnya sabun yang bermerek Nettol yang isinya 3 biji di Indomaret dengan harga Rp.9.600 akan tetapi di Alfamart harganya Rp.10.500 dan rata-rata harga barang lebih murah di Indomaret, adapun kalau dibanding dengan toko-toko kecil masih lebih murah di toko kecil namun kualitasnya tidak terjamin seperti di Indomaret dan Alfamart.²⁶

3. Pelayanan

Orang belanja di minimarket Indomaret dan Alfamart adalah sekedar trend, kebiasaan dan juga gengsi. Kadang orang-orang yang suka belanja di minimarket adalah orang-orang yang tidak mau nawar harga dan yang pasti mudah menerima keadaan karena pelayanan enak, cepat, ramah, dan memakai senyuman. seperti pendapat lisa bahwa “meskipun jarak dari tempat saya tinggal tersebut jauh, saya tetap memilih membeli di Indomaret dan Alfamart, karena pelayanan yang baik dan juga sudah terbiasa berbelanja di Indomaret dan Alfamart”.²⁷ Akan tetapi pelayanan di Indomaret sering terjadi kekeliruan

²⁵ Aziz (sebagai konsumen), *Wawancara*, Jemur Wonosari, tanggal 15 Mei 2013, pukul 08.00- 08.20 wib

²⁶ Novi (sebagai ibu rumah tangga), *Wawancara*, Ketintang, tanggal 17 Maret 2013, pukul 09.00- 09.20 wib

²⁷ Miftah (sebagai konsumen), *Wawancara*, Jemur Wonosari, tanggal 18 Maret 2013

seperti contoh pembelian yang jumlahnya sedikit akan dilayani belakangan beda dengan Alfamart yang lebih dulu berbelanja pasti dilayani duluan.²⁸

4. Barang

Konsumen memilih untuk membeli karena kabutuhan, dan akan memilih tempat dimana dia bisa mendapatkan barang yang dia inginkan. Maka kebanyakan masyarakat memilih membeli barang kebutuhan sehari-hari di Indomaret dan Alfamart karena pilihan barangnya banyak dan lengkap, selain itu kualitasnya juga bagus. Seperti pendapatnya Wahyudi di Bendul Merisi bahwa barangnya lengkap, dan bisa milih sendiri serta kualitasnya bagus. Barang yang dijual adalah produk terbaru dan tidak ada yang kadaluarsa, Namun yang menjadi masalah di Alfamart adalah ada hadiah yang tidak dikasihkan seperti contoh ketika belanja dalam jumlah Rp. 25.000 maka dapat stiker kecil satu dan bisa ditukarkan 1 gantungan helogitti jika sudah dapat 10 stiker, tetapi ternyata ketika ditukarkarkan di Alfamart Jemur tidak dapat gantungan helogitti dengan alasan stoknya sudah habis katanya pegawai toko dan sampai sekarang tetap tidak ada kabar. Begitu juga dengan pembelian susu Dancow yang hadiahnya adalah pulsa Rp.10.000 ternyata ketika diminta di kasir kasirpun mempunyai alasan trobel dan sampai sekarang tidak ada pulsa masuk. Begitu juga di Indomaret pembelian Soklin

²⁸ Lisa (sebagai konsumen), *Wawancara*, Bendul Merisi, tanggal 20 Maret 2013

yang ukuran besar hadiahnya dapat piring atau mangkok ternyata tidak dapat hadiah apapun.²⁹

E. Dampak Persaingan Bisnis Retail Indomaret dan Alfamart Terhadap Bisnis Retail Tradisional di Surabaya

Dengan adanya empat faktor di atas yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen lebih senang berbelanja ke Indomaret dan Alfamart berdampak bagi toko-toko tradisional, khususnya toko-toko yang ada di sekitar Indomaret dan Alfamart merupakan kejadian yang tidak diinginkan oleh pemilik toko tradisional, Adapun dampak persaingan Indomaret dan Alfamart terhadap toko-toko tradisional adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan Toko Tradisional

Dari segi pendapatan atau omset setiap harinya, toko tradisional semakin menurun karena kebanyakan konsumen lebih senang berbelanja ke toko Indomaret dan Alfamart. Hal ini sesuai dengan pendapat pemilik toko di Ketintang bahwa penghasilan tokonya tambah berkurang tiap bulan dan barang yang tidak laris adalah seperti gula, sabun dan barang-barang yang sama ada di toko Indomaret dan Alfamart”³⁰ Begitu juga tokonya Bu Rutina diketintang yang tokonya dekat dengan Alfamart yang berdiri tahun 1986 sangat sepi

²⁹ Wahyudi (Konsumen), *Wawancara*, Tanggal 22 Mei 2013

³⁰ Ibu Rina (Sebagai Pemilik Toko Tradisional), *Wawancara*, Ketintang, tanggal 21 Mei 2013

pembeli tiap harinya dan pengasilannya tambah berkurang ketimbang sebelum adanya Alfamart, salah satu buktinya adalah pembeli tiap harinya sekitar 2 orang hingga 3 orang dan penghasilan yang biasanya Rp.200.000/ hari, namun setelah ada Alfamart dan Indomaret penghasilannya berubah menjadi sekitar Rp.75.000/hari. Adapun barang-barang yang tidak laris contohnya adalah rokok, gula, sabun dan Amplop dll.³¹

Menurut mbak Yuli dengan adanya Indomaret dan Alfamart itu sangat berpengaruh bagi penghasilan saya, turun 30%, dulu sebulan bisa dapat 1-1,2 juta, tapi sekarang paling banyak mungkin 800 ribu.³²

2. Operasional Toko Tradisional

Dari segi operasional, toko-toko tradisional tidak mempunyai cara-cara pemasaran seperti toko Indomaret dan Alfamart sehingga toko-toko tradisional banyak yang mengalami kesenjangan sosial karena adanya persaingan Indomaret dan Alfamart yang keduanya sama-sama berdekatan dengan toko-toko tradisional. Salah satu contoh tokonya Bpk Urif di Jemur Wonosari yang tokonya berada di depan toko Indomaret dan Alfamart yang sering tutup dan bukanya hanya malam saja karena banyak konsumen belanja ke Indomaret dan Alfamart katanya.³³ Begitu juga toko yang ada di sebelahnya yang juga menjual

³¹ Ibu Rutina (pemilik toko tradisional), *Wawancara*, Ketintang, tanggal 23 Januari 2013

³² Yuli Tri (Pemilik Toko “Yuli”), *Wawancara*, Surabaya, Hari Selasa, 11 Januari 2013, pukul 14.00 Wib

³³ Bpk Urif (Pemilik Toko Tradisional), *Wawancara*, Jemur Wonosari, tanggal 20 Januari 2013-05-22

kebutuhan sehari-hari seperti snaks, sabun, shampoo, gula dan lain sebagainya, tapi sekarang sudah berubah menjadi toko sepatu dan sandal karena konsumen lebih suka ketoko Indomaret dan Alfamart.³⁴ Dan Hal yang sama dialami toko A.A miliknya Bu Ajeng di jalan Bendul Merisi Nomor. 169 yang letaknya di depan toko Indomaret Bendul Merisi 140 Surabaya CV. Investendo Anugrah bahwa dulu adalah toko yang menjual segala macam kebutuhan sehari-hari seperti deterjen, sabun mandi, shampoo, rokok, dan lain sebagainya yang sama dengan Indomaret namun sekarang sudah diganti dengan toko peralatan sekolah karena kalau tetap seperti yang dulu barangnya tidak laris dan penghasilannya tambah menurun.³⁵

³⁴ Observasi di lapangan Jemur Wonosari tanggal 23 Desember 2012

³⁵ Bu Ajeng (sebagai pemilik toko A.A), *Wawancara*, Bendul Merisi Nomor. 169, Tanggal 06 Pebruari 2013