ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN PERUSAHAAN RITEL (ALFAMART INDOMART SWALAYAN) TERHADAP STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI DALU-DALU

Marissa Zaskya[1], Hidayat[2], Sherliyana Anggraini[3]
[1,2,3]Universitas Pasir Pengaraian
Email : marissazaskya411@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyse the impact of modern retail companies on the marketing strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Dalu-Dalu area, Tambusai Subdistrict, Rokan Hulu Regency. In recent years, the growth of modern retail outlets such as minimarkets (Indomaret and Alfamart) in Dalu-Dalu has shown significant increases, which have subsequently influenced the local MSME ecosystem. This study employs a qualitative approach with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation of 12 MSMEs. The results indicate that prior to the emergence of modern retail, MSMEs' marketing strategies were traditional and locally oriented. However, following the arrival of modern retail, MSMEs experienced a decline in sales and changes in consumer behaviour. As a form of adaptation, SMEs began developing new strategies such as leveraging social media, offering delivery services, diversifying products, and adjusting prices. While the presence of modern retail creates competitive pressure, it also drives SMEs to be more innovative in sustaining their business operations. This study recommends the need for support from the government and relevant institutions to assist SMEs in adapting to the modern competitive era.

Keywords : MSMEs, modern retail, marketing strategy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan perusahaan ritel modern terhadap strategi pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Dalu-Dalu, Kecamatan Tambusai, Kabupaten Rokan Hulu. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan ritel modern seperti minimarket (Indomaret dan Alfamart) di Dalu-Dalu menunjukkan peningkatan yang signifikan, yang kemudian mempengaruhi ekosistem UMKM lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 12 pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum hadirnya ritel modern, strategi pemasaran UMKM bersifat tradisional dan berorientasi lokal. Namun, setelah hadirnya ritel modern, pelaku UMKM mengalami penurunan omset dan perubahan perilaku konsumen. Sebagai bentuk adaptasi, UMKM mulai mengembangkan strategi baru seperti pemanfaatan media sosial, layanan antar, diversifikasi produk, hingga penyesuaian harga. Meskipun kehadiran ritel modern menimbulkan tekanan kompetitif, namun juga mendorong UMKM untuk lebih inovatif dalam mempertahankan eksistensi usahanya. Penelitian ini merekomendasikan perlunya dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait untuk membantu UMKM beradaptasi di era persaingan modern.

Kata Kunci : UMKM, ritel modern, strategi pemasaran

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dalu-Dalu, Kecamatan Tambusai, Kabupaten Rokan Hulu, menunjukkan dinamika yang signifikan. UMKM di wilayah ini telah menjadi tulang punggung perekonomian lokal, berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja. Namun, seiring dengan pertumbuhan tersebut, UMKM di Dalu-Dalu menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan perhatian khusus. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah adaptasi terhadap perkembangan teknologi, khususnya dalam hal pemasaran dan transaksi keuangan. Penelitian yang dilakukan di Dalu-Dalu menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi keuangan atau financial technology (fintech) oleh UMKM masih perlu ditingkatkan (Rizky Ananda, 2021). Dari 5 UMKM yang diteliti, ditemukan bahwa pemanfaatan fintech memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha mereka. Namun, tingkat adopsi teknologi ini masih bervariasi, menunjukkan perlunya edukasi dan pendampingan lebih lanjut bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan fintech untuk mendukung operasional dan pengembangan usaha mereka (Rizky Ananda, 2021).

Namun, meskipun berbagai inisiatif telah dilakukan, UMKM di Dalu-Dalu masih menghadapi tantangan dalam hal manajemen usaha, akses permodalan, dan persaingan dengan pelaku usaha yang lebih besar. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama antara pemerintah, institusi pendidikan, dan pihak swasta untuk memberikan pendampingan, pelatihan, serta akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan oleh UMKM. Dengan demikian, UMKM di Dalu-Dalu dapat terus berkembang dan berkontribusi secara optimal terhadap perekonomian lokal. UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal, terutama dalam menciptakan sumber pendapatan bagi masyarakat serta membuka peluang lapangan kerja yang luas. Sebagai sektor ekonomi yang berbasis komunitas, UMKM tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan individu tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Di banyak wilayah, termasuk di Dalu-Dalu, UMKM telah menjadi pilar utama dalam mendorong aktivitas ekonomi lokal dengan menyediakan berbagai produk dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat (Pradana, 2020).

Salah satu kontribusi utama UMKM terhadap perekonomian lokal adalah peningkatan pendapatan masyarakat. Karena skala operasinya yang relatif kecil dan berbasis lokal, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, terutama dari kalangan masyarakat dengan keterampilan menengah ke bawah yang mungkin sulit bersaing di sektor formal. Selain itu, pendapatan yang dihasilkan dari UMKM umumnya berputar dalam ekonomi lokal, sehingga mendorong peredaran uang di dalam komunitas dan meningkatkan daya beli masyarakat. Di daerah yang memiliki keterbatasan akses terhadap industri besar atau sektor formal, UMKM menjadi alternatif utama bagi masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan. Dengan modal yang relatif kecil, seseorang dapat membuka usaha sendiri dan secara bertahap berkembang sehingga mampu merekrut tenaga kerja baru. Dalam banyak kasus, UMKM juga menjadi wadah bagi pekerja informal atau

mereka yang sebelumnya menganggur untuk memperoleh penghasilan tetap (Al Farisi, 2022).

Keberadaan UMKM tidak hanya menghidupkan sektor perdagangan, tetapi juga memicu perkembangan sektor pendukung seperti jasa keuangan, logistik, hingga pemasaran digital. Dengan semakin berkembangnya ekosistem UMKM, rantai pasok lokal menjadi lebih kuat, dan sinergi antar-pelaku usaha semakin meningkat. Ini memberikan efek domino yang menguntungkan berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor jasa dan industri kreatif yang semakin bertumbuh seiring dengan inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Untuk memastikan UMKM tetap berkontribusi secara optimal terhadap perekonomian lokal, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, baik dari pemerintah, swasta, maupun masyarakat itu sendiri. Kebijakan yang mendukung akses permodalan, pelatihan keterampilan, serta integrasi teknologi dalam operasional UMKM akan sangat membantu dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat terus menjadi ujung tombak pembangunan ekonomi daerah dan menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan (Pradana, 2020).

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) turut merasakan dampak dari kehadiran perusahaan Ritel. Persaingan dagang antara ritel modern dengan usaha 10 kecil dan menengah (UMKM) disekitarnya memiliki kesediaan penjualan yang sama, seperti kebutuhan sehari-hari yang sebagiannya menjadi kesulitan usaha kecil dan menengah untuk meraih pasar.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM di Dalu-Dalu adalah semakin ketatnya persaingan bisnis. Banyaknya pelaku usaha yang bergerak di bidang yang serupa menyebabkan pasar menjadi lebih kompetitif, sehingga para pelaku UMKM harus mencari strategi yang tepat untuk tetap bertahan. Selain itu, daya saing usaha mikro di wilayah ini masih tergolong rendah karena keterbatasan dalam inovasi produk, manajemen bisnis, dan strategi pemasaran. Banyak pelaku UMKM yang masih menggunakan metode tradisional dalam menjalankan usahanya, sehingga sulit bersaing dengan bisnis yang telah menerapkan teknologi digital (Rizky Ananda, 2021).

Berdasarkan data perbandingan pendapatan UMKM di Dalu-Dalu sebelum dan sesudah keberadaan ritel modern (Alfamart, Indomaret, dan swalayan), terlihat adanya penurunan pendapatan yang cukup signifikan di hampir semua UMKM.

Sebelum keberadaan ritel modern, pendapatan bulanan UMKM berada pada kisaran Rp 2.500.000 hingga Rp 3.000.000. Namun setelah ritel beroperasi di sekitar wilayah tersebut, pendapatan menurun menjadi kisaran Rp 1.800.000 hingga Rp 2.300.000. Rata-rata penurunan pendapatan berkisar antara Rp 700.000 hingga Rp 800.000 per bulan, atau setara dengan 23% hingga 29% dari pendapatan awal.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa keberadaan ritel modern memberikan dampak kompetitif yang kuat bagi pelaku UMKM, terutama dalam hal persaingan harga, kelengkapan produk, dan daya tarik promosi. Konsumen yang sebelumnya berbelanja di warung eceran mulai beralih ke ritel modern karena kemudahan layanan, variasi produk yang lebih banyak, serta lokasi yang strategis.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keberadaan ritel modern di Dalu-Dalu berdampak negatif terhadap pendapatan UMKM jenis warung makanan ringan

eceran. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk melakukan penyesuaian strategi pemasaran, seperti memperkuat hubungan dengan pelanggan tetap, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menawarkan produk yang unik atau khas yang tidak tersedia di ritel modern, agar mampu bertahan dan bersaing di tengah perubahan pasar.

Pada era modern saat ini, pasar modern menjadi pusat perbelanjaan masyarakat. Pasar modern dalam penelitian ini adalah minimarket yang meliputi alfamart, indomaret dan swalayan. Di wilayah dalu-dalu saat ini, penyebaran ritel modern sangatlah berkembang dengan pesat yang hampir di setiap wilayah mudah untuk menemui pasar modern.

Berdasarkan hasil observasi sarana perdagangan di wilayah dalu-dalu dalam kurun waktu 2021-2024 di dominasi oleh minimarket yang meliputi indomaret, supermarket dan alfamart. kondisi ini dapat dikhawatirkan akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional, yang mana salah satu pihak yang berdagang disana adalah pedagang kecil. Menurut catatan Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), bahwa pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia berkisar antara 10%-15% per tahun.

Angka di atas menunjukkan pertumbuhan ritel modern yang ada diwilayah dalu-dalu yang semakin meningkat dan bertambah dari awal tahun 2021 yang berjumlah 3 perusahaan ritel sampai pada tahun 2024 yang meningkat berjumlah 6 perusahaan ritel yang beredar dimasyarakat wilayah dalu-dalu, dalam kurun waktu 4 tahun dimana pertumbuhan ritel modern sendiri menyebar secara merata dikecamatan tambusai, penyebaran dan pertumbuhannya sendiri cukup tinggi dari tahun ketahun dengan total 116 ritel modern baru yang muncul selama dalam kurun waktu 4 tahun, hal ini menunjukkan bahwasannya pertumbuhan ritel di dukung juga oleh minat masyarakat yang menerima baik kehadiran ritel modern sehingga ritel modern terus di buka tiap tahunnya.

Perkembangan sektor perdagangan di Indonesia mengalami transformasi besar dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan maraknya pertumbuhan perusahaan ritel modern seperti minimarket dan supermarket. Fenomena ini tidak hanya terjadi di wilayah perkotaan besar, tetapi juga mulai menjangkau daerah-daerah pedesaan, termasuk di Desa Dalu-Dalu, Kecamatan Tambusai, Kabupaten Rokan Hulu. Ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart telah hadir di kawasan ini dan menjadi alternatif baru bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kehadiran perusahaan ritel modern di Dalu-Dalu membawa sejumlah perubahan signifikan. Di satu sisi, masyarakat lokal mendapatkan kemudahan dalam berbelanja, baik dari segi ketersediaan barang, kenyamanan tempat, hingga harga yang bersaing. Selain itu, ritel modern juga membuka lapangan kerja baru bagi sebagian warga sekitar.

Namun, di sisi lain, kehadiran ritel modern juga menimbulkan tantangan serius, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dalu-Dalu. Pedagang tradisional yang sebelumnya menjadi tumpuan ekonomi lokal mulai merasakan penurunan omzet dan kehilangan pelanggan. Hal ini terjadi karena

UMKM sulit bersaing dalam hal harga, sistem promosi, dan kenyamanan pelayanan yang ditawarkan oleh ritel modern.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM sebelum dan sesudah kehadiran ritel modern, serta bagaimana mereka beradaptasi untuk tetap bertahan. Kondisi ini menjadi latar belakang penting untuk mengkaji lebih lanjut dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan UMKM di Desa Dalu-Dalu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi pelaku usaha lokal, serta merumuskan strategi adaptif yang dapat mendukung keberlanjutan UMKM di tengah ekspansi ritel modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Dalu-dalu dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode survey. Penelitian ini dilakukan di wilayah Dalu-dalu yaitu, Kecamatan Tambusai, Kabupaten Rokan Hulu. Adapun jumlah UMKM toko kelontong yang ada di wilayah Dalu-dalu berjumlah 120 unit UMKM. Adapun besaran sampel yang dipilih dari wilayah Dalu-dalu berjumlah 12 UMKM Jumlah informan dalam penelitian ini diambil sebanyak 10% dari total populasi, yaitu 12 dari 120 UMKM di Dalu-Dalu. Subjek dalam penelitian ini adalah UMKM di wilayah Dalu-dalu, kabupaten Rokan Hulu. Teknik pemilihan informan yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling purposive. Data pada penelitian ini diambil menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Informan Pertama-Ruslan

   Usaha yang dimiliki Bapak Ruslan yaitu usaha kelontong. Usaha ini sudah berdiri sejak 5 tahun yang lalu. Dari hasil wawancara dan observasi yang didapat peneliti mengenai strategi pemasaran sebelum kehadiran ritel. Melalui wawancara bapak Ruslan, sebelum adanya ritel modern beliau memasarkan dagangannya dengan cara memasukkan produk hanya dari toko saja dan mengandalkan pelanggan tetap dan dari tetangga –tetangga sekitar. Strategi yang sering digunakan bapak Ruslan untuk menarik pelanggan yaitu terkadang hanya memberi bonus atau mengurangi harga jika pelanggan berbelanja dengan harga tertentu, misalnya lebih dari Rp 100.000.

   Dampak kehadiran ritel terhadap strategi pemasaran menurut bapak Ruslan jumlah pelanggan dan penjualan mulai menurun, dan pengaruh terbesar dari keberadaan ritel modern terhadap usahanya yaitu harga produk dan kenyamanan saat berbelanja menjadi factor utama masyarakat lebih memilih berbelanja ke ritel modern seperti indomaret dan alfamart.

   Strategi yang dilakukan Bapak Ruslan agar usahanya tetap bertahan setelah adanya ritel modern dengan menambahkan barang-barang kosmetik. Strategi lainnya yaitu dengan menyediakan layanan antar barang.

2. Informan Kedua-Dewita

   Usaha yang dimiliki Ibu Dewita yaitu jenis Kelontong. Beliau sudah merintis usaha ini selama 5 Tahun. Dari hasil wawancara mengenai strategi pemasaran yang dilakukan sebelum adanya ritel modern beliau memasarkan usahanya dengan cara menjual langsung hanya dari rumah dan pelanggannya dari pelanggan tetap atau tetangga dari lingkungan sekitar. Strategi yang sering beliau gunakan untuk menarik pelanggan pada saat belum adanya ritel modern yaitu dengan mengadakan sistem bon atau hutang dan mengadakan diskon kecil-kecilan untuk pembelian banyak.
   Sejak adanya ritel modern disekitar tempat usaha, menurut Ibu Dewita adanya perubahan dalam jumlah pelanggan yaitu pelanggan mulai berkurang. Pengaruh terbesar dari keberadaan ritel modern terhadap usaha beliau yaitu harga produk jadi susah bersaing. Dan strategi yang dilakukan agar usahanya tetap bertahan, beliau mengantisipasinya dengan mengadakan layanan antar barang, dan memasarkan produk diusahanya dengan berjualan online melalui whatsapp group.

3. Informan Ketiga-Muidah

   Usaha yang dimiliki Ibu Muidah yaitu berjenis kelontong. Usaha ini sudah berjalan selama 10 tahun. Dari hasil wawancara bersama Ibu muidah informasi yang didapatkan yaitu sebelum adanya ritel modern beliau memasarkan produk atau dagangannya dengan cara hanya dengan memasarkan produk dari toko langsung. Untuk menarik pelanggan beliau menyediakan harga khusus untuk tetangga dekat.
   Dampak kehadiran ritel terhadap usaha Ibu Muidah, menurut beliau perubahan dalam usaha beliau yaitu penurunan minat beli terhadap usahanya. Pengaruh terbesar yang dialami terhadap usaha beliau dengan adanya ritel modern yaitu pendapatan mulai menurun dikarenakan pelanggan lebih memilih belanja keritel modern. Untuk mempertahankan usahanya, beliau mulai gabung dengan komunitas UMKM yang ada diwilayah sekitar usaha beliau. Dan untuk strategi pemasaran beliau masih belum ada perubahan cara memasarkan usahanya.

4. Informan Keempat-Dasman

   Bapak Dasman menjalankan usaha berjenis Kelontong. Usaha ini sudah berjalan selama 8 tahun. Dari hasil wawancara peneliti mendapatkan informasi mengenai bagaimana cara beliau memasarkan usahanya sebelum adanya kehadiran ritel modern, yaitu dengan cara menambahkan jenis sayur-sayuran diusahanya yang didapatkan dari petani sekitar dan memberikan layanan yang ramah. Untuk menarik pelanggan, beliau tidak mempunyai strategi khusus, akan tetapi terkadang menyediakan atau memberikan bon kepada tetangga sekitar.
   Sejak adanya ritel modern disekitar tempat usaha, beliau mengungkapkan adanya perubahan dalam jumlah pelanggan. Banyak pelanggan yang lebih memilih berbelanja ke ritel modern seperti indomaret atau alfamart membuat

penjualan beliau nmenurun. Dan itu merupakan pengaruh terbesar dari adanya ritel modern tersebut yang membuat pelanggannya berkurang juga.
Agar usahanya tetap bertahan setelah adanya ritel modern beliau melakukan menyediakan layanan antar barang kerumah pelanggan dan starategi lainnya yaitu dengan memasarkan melalui media sosial seperti whatsapp.

5. Informan Kelima-Sitianah

   Informan Kelima yaitu Ibu Sitianah. Jenis usaha yang dimiliki beliai ialah jenis usaha kelontong. Usaha ini sudah berjlan selama 8 Tahun. Dari hasil wawancara bersama beliau, peneliti mendapatkan informasi bahwasanya sebelum kehadiran ritel modern ini, beliau memasarkan dagangannya dengan cara memajang dagangan dan memberi pelayanan yang baik sambil mengobrol dengan pelanggan. Untuk menarik pelanggan beliau berusaha menjaga stok kelengkapan dagangannya dan tidak pernah tutup mendadak sebagai strategi yang digunakan untuk menarik pelanggan.
   Dampak kehadiran ritel ini terhadap strategi pemasaran, beliau mengatakan adanya perubahan dalam jumlah pelanggan atau penjualan yaitu terhadap persaingan di produk kebutuhan harian. Pengaruh terbesarnya yaitu terhadap produk dagangan beliau karena adanya promo dan kenyamanan saat berbelanja di ritel modern tersebut. Untuk mempertahankan dagangannya beliau berusaha menyediakan produk unik seperti jajanan lokan buatan sendiri contohnya keripi, kue-kue, sosis, dll.

6. Informan Keenam-Sakinah

   Usaha yang dimiliki Ibu Sakinah ialah warung sembako. Usaha ini sudah dirintis beliau selama 6 tahun. Dari hasil wawancara beliau menjelaskan cara memasarkan dagangannya sebelum adanya ritel modern ini beliau biasanya memajang dirak dan memberikan pelayanan yang baik. Strategi yang paling sering beliau gunakan untuk menarik pelanggan pada saat itu ialah dengan cara memberi pelayanan yang baik dan boleh hutang jika pelanggan tersebut tetangga dan sudah kenal sama beliau.
   Dampak kehadiran ritel modern disekitar tempat usaha beliau merasakan adanya perubahan dalam jumlah pelanggan yang berkurang terutama anak muda yang lebih memilih belanja ke alfamart dan indomaret. Menurut beliau pengaruh terbesar dari keberadaan ritel modern ini terhadap dagangan beliau yaitu persaingan harga. Strategi yang beliau lakukan setelah adanya ritel modern ini agar usaha tetap bertahan yaitu dengan melakukan layanan antar barang dan buka sampai malam, juga memasarkan dagangannya melalui whatsapp group.

7. Informan Ketujuh- Ade

   Informan ketujuh bernama Ade. Beliau memiliki usaha sembako dan sudah berjalan selama 7 tahun. Dari hasil wawancara beliau mengungkapkan cara memasarkan dagangannya sebelum adanya ritel modern dengan cara memasarkan melalui pelanggan tetap saja. Dan strategi untuk menarik

pelanggan terkadang beliau memberi bonus mie instan jika pelanggan tersebut berbelanja di atas Rp. 100.000.

Dampak yang dirasakan beliau setelah adanya ritel modern ini yaitu pelanggan dan penjualannya sangat menurun karena masyarakat lebih memilih belanja di ritel modern tersebut. Dan itu merupakan pengaruh tebesar dari keberadaan ritel tersebut, dikarenakan ritel modern ini menyediakan harga yang lebih murah dan mengadakan promo-promo menarik. Agar usaha beliau bertahan beliau melakukan strategi yaitu memperbanyak variasi produk lokal dan memberi hutang ke pelanggan. Dan untuk strategi pemasaran beliau mengungkapkan tidak adanya perubahan dari cara beliau memasarkan dagangannya.

8. Informan Kedelapan-Rosa

   Informan kedelapan yaitu bernama Rosa. Beliau memiliki usaha Kelontong. Usaha ini sudah beliau rintis sejak 7 tahun yang lalu. Dari hasil wawancara bersama beliau, informasi yang didapatkan yaitu bagaimana cara beliau memasarkan dagangannya. Beliau memasarkan dagangannya dengan cara melalui papan nama kecil didepan toko dan strategi yang dipakai untuk menarik pelanggan pada saat itu hanya memasang plang didepan toko. Sejak adanya ritel modern ini beliau mengungkapkan adanya perubahan dari segi pelanggan yang mulai menurun. Dan beliau mengungkapkan pengaruh terbesar dari adanya ritel ini yaitu ada pada persaingan dari harga. Untuk tetap bertahan beliau menggunakan Cara lainnya yaitu beliau mempromosikannya melalui status whatsapp.

9. Informan Kesembilan-Mamat

   Informan Kesembilan ini bernama Mamat. Beliau memiliki Usaha minuman. Usaha ini sudah berdiri sejak 5 tahun yang lalu. Dari hasil wawancara bersama beliau peneliti mendapatkan informasi dari beliau bahwasanya sebelum adanya ritel modern ini beliau memasarkan produknya dengan cara mempromosikan melalui media sosial seperti facebook dan memberikan pelayanan yang ramah. Untuk strategi yang sering digunakan yaitu pada hari tertentu beliau mengadakan promo beli 2 gratis 1.

   Dampak yang beliau rasakan dari adanya ritel modern ini yaitu dagangannya mulai sepi, karena orang lebih tertarik pada minuman yang diritel tersebut yang lebih bervariasi dan harga yang ditawarkan lebih murah dan praktis. Agar usaha beliau bertahan setelah adanya ritel modern ini beliau melakukan strategi dengan cara menambahkan variasi menu lain dan mendesain tempat yang lebih nyaman dan cara memasarkannya dengan memakai banner dan mengirimnya di grup whatsapp.

10. Informan Kesepuluh-Delianan

    Jenis usaha yang dikelola oleh ibu Delianan adalah kelontong. Usaha ini sudah berdiri sejak 8 tahun yang lalu. Informasi yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara bersama beliau mengenai strategi pemasaran sebelum adanya kehadiran ritel modern ini. Beliau mengungkapkan sebelum adanya ritel

modern cara beliau memasarkan dagangannya melalui mulut ke mulut saja. Dan untuk menarik pelanggan beliau menggunakan cara memberi bon ke pelanggan tetap. Setelah adanya ritel modern ini beliau merasakan adanya perubahan dari jumlah pelanggan yang mulai menurun serta penjualan juga mulai berkurang dari biasanya. Dan itu menjadi pengaruh terbesar terhadap usaha beliau dengan kehadiran ritel modern tersebut. Strategi yang digunakan beliau agar usahanya tetap bertahan yaitu dengan menyediakan layanan pesan melalui handphone. Dan untuk memasarkan nya beliau menggunakan media sosial, seperti grup whatsapp dan facebook.

11. Informan Kesebelas-Hanifah

    Usaha yang dikelola oleh ibu Hanifah yaitu berjenis toko sembako. Usaha ini sudah berjalan 10 tahun. Dari hasil wawancara bersama beliau peneliti mendapatkan informasi sebelum adanya ritel modern ini beliau memasarkan usahanya dengan memberikan pelayanan yang ramah dan untuk menarik pelanggan beliau tidak memiliki strategi khusus hanya memberi hutang kepada pelanggan terdekat.
    Dengan adanya ritel modern ini beliau merasakan adanya perubahan dari jumlah pelanggan. Menurut beliau pelanggan mulai menurun dengan adanya ritel modern tersebut, karena pelanggan lebih memilih berbelanja di ritel modern ini disebabkan ritel modern tersebut lebih nyaman dan lengkap. Dan menurutnya usahanya kalah saing di kelengkapan dan harga nya. Setelah adanya ritel modern ini beliau merubah strateginya yaitu dengan menambah jam buka sampai tengah malam dan strategi lainnya dengan meletakkan label harga pada produk agar pelanggan tau harga produk tersebut.

12. Informan Keduabelas-Khotimah

    Ibu Khotimah memiliki usaha sembako. Usaha ini sudah berjalan 5 tahun. Dari hasil wawancara bersama beliau didapatkan informasi bahwa beliau memasarkan usahanya dengan cara memajang dan mengandalkan pelangggan tetap dari lingkungan sekitar, tidak ada strategi khusus hanya memberi pelayanan yang ramah. Untuk menarik pelanggan beliau biasanya memberikan hutang kepada pelanggan tetap dan terkadang memberi bonus.
    Dampak adanya ritel modern ini usaha beliau semakin menurun. Pelanggan lebih memilih belanja ke ritel modern yang lebih lengkap dan nyaman. Pengaruh terbesar yang dirasakan beliau yaitu dari persaingan harga, kenyamana tempat usaha, dan produk yang lebih lengkap. Strategi yang dilakukan setelah adanya ritel modern ini yaitu dengan menjual produk yang unik seperti jajanan tradisional. Untuk memasarkannya beliau menggunakan aplikasi whatsapp dan menerima pesanan dari tetangga agar usaha beliau tetap berjalan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan dari lapangan mengenai strategi pemasaran UMKM di Dalu-Dalu, baik sebelum maupun sesudah kehadiran perusahaan ritel modern, dapat disimpulkan bahwa terjadi pergeseran signifikan dalam pola pemasaran dan perilaku usaha pelaku UMKM. Perubahan ini didorong oleh meningkatnya persaingan usaha dan pergeseran preferensi konsumen terhadap sistem belanja yang lebih praktis, lengkap, dan modern sebagaimana yang ditawarkan oleh perusahaan ritel.

Sebelum kehadiran ritel modern, UMKM mengandalkan strategi pemasaran tradisional yang bersifat sederhana dan berbasis kedekatan sosial. Hubungan personal antara penjual dan pembeli menjadi fondasi utama dalam menjaga loyalitas pelanggan. Namun, strategi ini menjadi kurang efektif seiring masuknya perusahaan ritel yang menawarkan harga lebih kompetitif, sistem pembayaran yang lebih terorganisir, serta pengalaman belanja yang lebih nyaman.

Kehadiran perusahaan ritel kemudian memberikan dampak langsung terhadap UMKM, baik dari sisi tekanan persaingan maupun peluang untuk bertransformasi. Di satu sisi, ritel menjadi pesaing kuat yang mengancam kelangsungan UMKM yang belum siap beradaptasi. Di sisi lain, kehadiran ritel juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih inovatif dan terbuka terhadap perubahan, khususnya dalam hal penggunaan teknologi digital dan penguatan branding.

Sebagai bentuk adaptasi, UMKM di Dalu-Dalu mulai melakukan sejumlah strategi, antara lain inovasi produk, peningkatan kualitas, penggunaan media sosial seperti whatsapp dan facebook sebagai sarana promosi, serta menjalin kolaborasi antarpelaku usaha. Perubahan ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi untuk berkembang dan mampu bertahan apabila diberikan ruang dan dukungan yang memadai.

Secara konseptual, perubahan strategi pemasaran UMKM ini selaras dengan teori pemasaran adaptif, di mana pelaku usaha dituntut untuk menyesuaikan strategi bisnisnya terhadap dinamika pasar dan lingkungan eksternal. Selain itu, pendekatan diferensiasi produk yang diterapkan oleh UMKM lokal menjadi strategi penting untuk menciptakan nilai tambah yang tidak dapat digantikan oleh produk ritel massal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun kehadiran perusahaan ritel membawa tantangan baru, UMKM di Dalu-Dalu tetap memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang melalui strategi adaptif yang tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Dampak Keberadaan Perusahaan Ritel terhadap Strategi Pemasaran UMKM di Dalu-Dalu, maka dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran Sebelum Kehadiran Ritel

   Sebelum kehadiran perusahaan ritel modern, strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM di Dalu-Dalu masih bersifat konvensional. Pelaku UMKM lebih mengandalkan pemasaran langsung, promosi dari mulut ke mulut,

penetapan harga fleksibel, dan distribusi lokal yang sederhana. Relasi sosial dan kedekatan komunitas menjadi kekuatan utama dalam menjalankan usaha.

2. Strategi Pemasaran Setelah Kehadiran Ritel

   Kehadiran ritel modern memicu perubahan strategi pemasaran UMKM. Pelaku usaha mulai menyadari pentingnya inovasi dan adaptasi, termasuk penggunaan media sosial Facebook dan WhatsApp, penguatan kemasan dan merek, serta diferensiasi produk untuk mempertahankan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat.

3. Dampak Kehadiran Perusahaan Ritel

   Kehadiran perusahaan ritel memberikan dampak ganda terhadap UMKM. Di satu sisi, UMKM menghadapi tekanan dari sisi harga, pelayanan, dan sistem manajemen yang lebih modern. Di sisi lain, tantangan ini mendorong UMKM untuk memperbaiki strategi pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas produk.

4. Strategi Adaptasi UMKM

   UMKM di Dalu-Dalu mulai menunjukkan bentuk adaptasi positif, seperti melakukan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, kolaborasi antarpelaku usaha, serta mengikuti pelatihan untuk meningkatkan kapasitas usaha. Strategi ini menjadi bukti bahwa UMKM mampu bertahan dan bersaing apabila terus berinovasi dan mendapatkan dukungan yang memadai.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk Pelaku UMKM

   Pelaku UMKM di Dalu-Dalu disarankan untuk meningkatkan daya saing dengan menghadirkan produk unik atau khas yang tidak tersedia di ritel modern, menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan personal, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi dan pemesanan. Selain itu, strategi seperti promo sederhana, layanan pesan antar, dan kolaborasi dengan UMKM lain untuk menekan biaya dapat membantu mempertahankan pelanggan dan meningkatkan pendapatan di tengah persaingan.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan cakupan wilayah yang lebih luas atau pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak secara statistik. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengkaji efektivitas program-program dukungan yang telah diberikan kepada UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

Al Farisi, S., Fasa, M. I., & others. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 9(1). 78–90.

Pradana, Y. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan UMKM Kecamatan Ujung Batu dan Kecamatan Rambah Di Kabupaten Rokan Hulu. Universitas Islam Riau.

Rizky ananda, d. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Financial Technology Terhadap Pengembangan Umkm (Studi Kasus UMKM Di Dalu-Dalu Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu). Universitas Pasir Pengaraian.