

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis retail di Indonesia semakin berkembang dan persaingan usaha dengan *competitor* yang menjual barang yang sama semakin ketat membuat pembeli semakin dihadapkan beberapa pilihan dengan bermacam-macam tawaran, kelebihan dimasing-masing toko serta di lengkapi kemudahan dalam melakukan transaksi secara langsung. Barang yang dijual adalah barang yang diproduksi di hampir beberapa perusahaan besar untuk dipasarkan secara luas dan bisa di jual secara eceran dengan tujuan digunakan secara pribadi, keluarga dan kelompok. Menurut Komara (2019), Beberapa pelaku ekonomi yang berjuang untuk hidup mandiri menghidupi keluarganya. Pedagang tradisional yang membuka lapak di pasar tradisional atau di sekitar rumah. Saat ini Ekonomi sudah bergeser tidak lagi berpihak kepada Pedagang Tradisional karena sudah mulai dikuasai orang yang memiliki dana besar, bekerjasama dengan perusahaan langsung, didukung dengan teknologi untuk bisa menyebar di setiap kota dan wilayah yang ada didalamnya hal ini merubah perilaku pasar yang bisanya bertransaksi di toko-toko kecil di sekitar tempat tinggalnya saat lebih tertarik bertransaksi di supermarket, Ritel/ Indomaret, Alfamart yang sudah terkenal di indonesia dan berbagai macam negara.

Usaha retail mudah di tiru hal ini membuat siapapun bisa memulai menjual produk yang sama dengan modal yang tidak besar maka ini membuat para pemilik usaha saling bersaing untuk menjadikan toko yang unggul di antara para competitor untuk memberikan solusi terbaik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan berkembangnya Industri retail di Indonesia memberikan kontribusi yang sangat besar untuk menyerap tenaga kerja

dalam jumlah yang besar dengan adanya produksi barang didalam negeri dan didukung besarnya daya beli masyarakat, penambahan jumlah produk baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka industry dituntut untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Artaya, dkk, (2018) dalam Farid, M. M., & Maulana, D. F. (2018) untuk meningkatkan layanan dan strategi yang tepat agar meningkatkan penjualan di dalam bisnis retail secara kecil, bisa dilihat dalam fenomena yang biasa terjadi di dalam usaha retail yang bergerak di dalam penjualan produk yang digunakan pribadi oleh pelanggan menyebabkan pelanggan menginginkan proses pembelian barang dengan mudah dan bertransaksi secara langsung hal ini menyebabkan pelanggan mempertimbangkan beberapa hal sebelum memutuskan pembelian barang di toko antara lain lokasi, diskon, hadiah, pelayanan yang ditawarkan oleh toko dan ada juga beberapa hambatan yang dialami toko retail antara lain keputusan konsumen dalam pembelian barang yang melihat perbandingan harga, kualitas barang, pelayanan yang diberikan pemilik toko atau karyawan toko untuk memberikan kepuasan dalam bertransaksi dan didukung fasilitas yang disediakan atau ditawarkan di setiap toko retail.

Bisnis retail toko Barokah sudah berjalan selama 36 tahun yang memiliki tujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada di desa kentong, dusun kalimalang, kecamatan glagah, kabupaten lamongan yang berlokasi di dekat area ruko desa, dengan banyaknya usaha-usaha baru yang menjual produk yang sama maka dibutuhkan inovasi di dalam usaha dengan strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan secara globalisasi untuk bisa bertahan dan memenuhi kebutuhan para pelanggan seperti pemenuhan alat sparepart sepeda motor, sepeda angin, alat listrik dan elektronik masyarakat desa. Menurut H (2018:23) dalam Manafe, L. A., & Leo, F. R. M. (2021)

inovasi di dalam bisnis adalah sesuatu yang dianggap baru yang ada di dalam bisnis dengan melakukan sebuah penelitian, pengembangan, atau penerapan ilmu pengetahuan yang didukung dengan teknologi bisnis atau langkah dalam melakukan proses transaksi menggunakan fasilitas yang baru yang ada di dalamnya. Inovasi yang diterapkan oleh toko Barokah, yaitu dengan menghadirkan inovasi *added value* untuk memberikan nilai tambah di dalam fasilitas yang dilakukan oleh toko barokah yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan pelanggan dalam proses transaksi di antaranya adanya fasilitas tempat parkir yang luas serta lokasi yang mudah dijangkau dan juga disediakan tempat untuk membeli aneka minuman dan makanan ringan. Dampak dari penerapan *added value* di toko Barokah membuat pemasukan toko bertambah dari penjualan aneka minuman dan makanan ringan awal dari ide untuk menjual makanan ringan dan minuman berawal dari melihat peluang di sekitar area ruko yang belum banyak yang menjual aneka minuman dan makanan ringan. Awal mula membuka usaha dengan modal 100.000 untuk membeli aneka minuman dan memanfaatkan alat yang ada di rumah, dengan berjalannya waktu mulai ramai pembeli dengan laba yang didapat maka memutuskan untuk menambah menu aneka makanan ringan agar pembeli memiliki banyak pilihan dan tidak bosan dengan menu yang ada untuk mendukung usaha maka di menambah beberapa alat yang awalnya dari memanfaatkan alat yang ada di rumah sekarang sudah bisa membeli alat untuk mendukung usaha ini berjalan dengan baik.

Selain itu toko Barokah juga memberikan *Guarantee* yang diberikan kepada pelanggan terhadap kerusakan barang dengan jaminan memperbaiki atau menggantikan barang yang baru dengan ketentuan yang ada di toko, diantaranya ada jaminan untuk barang yang mengalami kerusakan karena proses produksi, kesalahan bahan atau material produk, kesalahan dalam perakitan barang bisa di tukar dengan ketentuan jenis barang yang dibeli,

penukaran barang tidak melebihi jangka waktu yang ditetapkan oleh pemilik toko dengan menunjukkan bukti nota pembelian barang. Dengan menerapkan *Guarantee* di dalam toko Barokah yang bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan kepada toko bahwa toko Barokah menjual barang yang berkualitas dan meminimalisir rasa kecewa pelanggan dalam pembelian barang yang rusak maka dilakukan pemberitahuan kepada pembeli bahwa barang yang dibeli bisa ditukar kembali jika mengalami kerusakan dengan beberapa ketentuan yang ada, toko Barokah juga senantiasa melakukan pengontrolan barang yang datang dari supplier terlebih dahulu sebelum ditata dan disusun di rak agar barang yang rusak tidak tercampur dan tidak membutuhkan waktu lama untuk menentukan kelayakan barang yang akan dijual agar mengurangi resiko yang tidak diinginkan oleh pemilik toko Barokah maupun pelanggan toko Barokah.

Dengan meningkatkan penjualan barang di dalam toko tentu harus menciptakan inovasi yang tepat, inovasi yang diterapkan toko Barokah antara lain adalah inovasi *service* yang menggunakan strategi *added value* dan *Guarantee*. Toko Barokah berharap bisa memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi dengan pelanggan sehingga mau kembali berbelanja, dengan ini toko Barokah dapat meningkatkan keuntungan di dalam persaingan ketat antar kompetitor yang menjual barang yang sama dengan didukung menggunakan BMC (Bisnis Model Canvas) Yang dirancang untuk membuat strategi bisnis yang lebih baik dengan mempertimbangkan situasi yang ada (Osterwalder & Pigneur, 2009:50) dalam (Kurniawan, dkk. 2021). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui inovasi yang dilakukan toko Barokah dan apakah inovasi yang dilakukan sudah berhasil atau belum. berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“INOVASI BISNIS“TOKO BAROKAH” MELALUI SERVICE DAN CUSTOMER ENGAGEMENT UNTUK**

## **MENINGKATKAN KEUNTUNGAN DI TENGAH PERSAINGAN USAHA TOKO RETAIL”.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Persaingan Usaha Toko Retail Di Wilayah Usaha Toko Barokah?
2. Bagaimana Inovasi Bisnis Yang Telah Diterapkan Toko Barokah Sehingga Mampu Meningkatkan Keuntungan Ditengah Persaingan Usaha Toko Retail?
3. Bagaimana Bisnis Model Yang Berhasil Diterapkan Oleh Toko Barokah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui Strategi Yang Diterapkan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Toko Retail Di Wilayah Usaha Toko Barokah.
2. Untuk Mengetahui Inovasi Bisnis Yang Telah Diterapkan Toko Barokah Sehingga Mampu Meningkatkan Keuntungan Ditengah Persaingan Usaha Toko Retail.
3. Untuk Mengetahui Bisnis Model Yang Berhasil Diterapkan Oleh Toko Barokah .

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Ilmiah, Hasil Penelitian Ini Diharapkan Bisa Bermanfaat Untuk Masyarakat Yang Memiliki Usaha *Retail* Yang Menghadapi Persaingan Dengan *Competitor* Dan Bertahan Dengan Menerapkan Inovasi Baru Di Dalam Usaha Agar Dapat Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Di Dalam Usahanya.
2. Manfaat Praktis, Hasil Penelitian Ini Diharapkan Bisa Bermanfaat Untuk Mahasiswa Terutama Bagi Penulis Lainnya Yang Akan Melanjutkan Penelitian Yang Mengangkat Judul Yang Sama Dan Memberikan Keterbaruan Dalam Penelitian Yang Dilakukan.