

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa; *pertama*, dampak perekonomian dari adanya ekspansi minimarket modern terhadap warung tradisional di Banjarmasin dapat dipetakan sebagai berikut: (a) untuk wilayah Banjarmasin Tengah yang kebanyakan penduduknya adalah penduduk asli setempat, omset yang didapatkan oleh warung tradisional tidak mengalami perubahan, artinya mereka masih tetap dapat mempertahankan pelanggan-pelanggan mereka, (b) untuk wilayah Banjarmasin Timur, masyarakatnya lebih heterogen, campuran antara warga asli dan pendatang, dampak dari ekspansi minimarket modern terhadap warung tradisional mengalami penurunan omset, (c) untuk wilayah Banjarmasin Utara, karena segmentasi pasarnya adalah penghuni kompleks perumahan, anak-anak kos, dan para pegawai maka yang terjadi adalah pada awal keberadaan minimarket modern memang mengalami penurunan omset, akan tetapi seiring berjalannya waktu, omset yang diterima pun kembali seperti keadaan sebelum ada minimarket modern di sana. (d) sedangkan untuk wilayah Banjarmasin Selatan, dikarenakan

lokasi warung tradisional tersebut di tengah pemukiman warga asli, maka omset yang diterima tidak berubah secara signifikan. Justru yang terjadi adalah perubahan dalam varian barang yang dijual. Sebelum adanya minimarket modern, warung tradisional ini mampu menjual susu formula dan popok bayi dalam jumlah besar, bahkan sampai menjadi agen besar dari produsen perusahaan. Namun semenjak minimarket modern berdiri di lingkungannya, maka volume penjualan untuk dua jenis barang tersebut mengalami penurunan drastis dan ini tentu berimbas pada omset yang didapatkan. Akan tetapi omset kembali naik, ketika warung ini menjual minuman gelas kemasan. Setengah bulan saja, warung ini bisa menjual tidak kurang dari 500 doz karton minuman gelas kemasan, seperti minuman teh Gelas Melati dan teh Bandulan. (e) dan untuk wilayah Banjarmasin Barat, omset yang diterima pedagang warung tradisional memang mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan keberadaan dari warung tradisional tersebut berada di dalam komplek perumahan, warga pendatang dan rata-rata berprofesi sebagai karyawan dan pegawai pemerintahan.

Kedua, strategi bertahan warung tradisional dalam menghadapi ekspansi minimarket modern adalah dengan menambah varian barang jualan yang tidak tersedia di

minimarket modern, seperti menjual bumbu-bumbu dapur (kapulaga, adas, cabe kering, bawang merah, bawang putih, gas LPG 3 kg, dan menjual lauk pauk). Strategi lain yang dilakukan warung tradisional di Banjarmasin agar ramai pembeli adalah melayani penjualan dalam ukuran ekonomis, sachetan kecil/rentengan, satuan, batangan. Misalnya warung tradisional dapat melayani pembelian rokok meski hanya satu batang. Sedangkan di minimarket modern harus dalam pembelian satu kotak. Memberikan layanan antar gratis, memanfaatkan membeli barang-barang di pasar modern yang sedang diskon untuk barang tersebut dijual kembali dengan harga pasaran. Strategi lainnya adalah dengan memberikan harga lebih murah dibandingkan di minimarket modern, seperti gula pasir. Ada anggapan di masyarakat Banjarmasin bahwa apabila gula pasir murah, maka barang-barang yang lain pun ikut murah. Jenis strategi lain adalah kemampuan memberikan pelayanan yang cepat, akrab, ramah dan penuh kekeluargaan.

B. SARAN

1. Eksistensi warung tradisional di Banjarmasin sangat diperlukan karena segmentasi warung tradisional adalah masyarakat menengah dan menengah kebawah. Selain itu warung tradisional adalah jenis usaha milik warga

“pribumi” yang harus tetap dipertahankan. Oleh karenanya setelah dilakukan penelitian ini, maka peneliti menemukan bahwa semua pemilik warung tradisional di Banjarmasin belum ada yang tergabung dalam sebuah organisasi atau paguyuban warung tradisional. Pada akhirnya disarankan kepada pemerintah daerah dalam hal ini untuk sesegeranya membuat organisasi atau paguyuban warung tradisional di Banjarmasin.

2. Pemilik warung tradisional hendaknya lebih memperhatikan pada kebersihan dan kondisi kadaluarsa barang jualannya terutama untuk barang jualan yang berasal dari industry rumahan (*home industry*).