

INOVASI LAYANAN MELALUI TAKTIK LOYALTY PROGRAM & SELF-SERVICE PADA TOKO RETAIL “ARAFAH” SEBAGAI RESPON MEMBESARNYA PASAR EKONOMI BAWAH AKIBAT DAMPAK COVID-19

Mohammad syarif Hidayatullah¹, Beni Dwi Komara².
Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Abstrak

Terjadi pergeseran jumlah masyarakat menengah menjadi masyarakat dengan ekonomi bawah karena dampak ekonomi covid-19. Ini memunculkan peluang baru untuk usaha retail kalangan bawah. Tujuan penelitian untuk mengetahui inovasi bisnis apa saja yang dilakukan oleh Toko Retail Arafah sehingga mampu meningkatkan pendapatan disaat pasar kelas bawah semakin besar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif kepada Toko Retail Arafah yang berada di Jl. Raya Mojopuro kec, Balongpanggung Kabupaten Gresik. Data penelitian didapatkan ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara kepada pemilik usaha, 4 orang karyawan, 3 orang supplier dan 10 orang konsumen. Adapun teknik analisis data menggunakan metode Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi loyalty & self service program mampu meningkatkan pendapatan penambahan customer dari masyarakat ekonomi bawah.

Kata Kunci: *Inovasi Bisnis, Loyalty Program, Self Service Program, Pasar bawah, Toko Retail, dampak covid-19*

Abstract

There has been a shift in the number of middle class people to people with lower economic levels due to the economic impact of Covid-19. This creates new opportunities for lower-class retail businesses. The aim of the research is to find out what business innovations are being carried out by the Arafah Retail Store so that it can increase revenue at a time when the lower class market is getting bigger. This research uses descriptive qualitative methods at the Arafah Retail Store located on Jl. Raya Mojopuro subdistrict, Balongpanggung, Gresik Regency. Research data was obtained through interviews, observation and documentation. Interviews with business owners, 4 employees, 3 suppliers and 10 consumers. The data analysis technique uses the Miles & Huberman method. The research results show that the loyalty & self-service program innovation strategy is able to increase the additional income of customers from lower economic communities

Keywords: *Business Innovation, Loyalty Program, Self Service Program, Lower Market, Retail Stores, impact of Covid-19*

Pendahuluan

Saat ini terdapat tren di dunia industri retail yang disebut market bifurcation dimana pasarnya terbagi menjadi dua yaitu pasar kelas bawah dan pasar kelas atas. Sementara, pasar kelas menengah semakin mengecil. Trend ini juga sampai di Indonesia ketika pandemi covid 19 masuk ke Indonesia di tahun 2020 kelompok kelas menengah ini langsung goyang kondisi finansialnya mengakibatkan banyak dari mereka yang kemudian turun kelas menjadi masyarakat kelas bawah, bahkan sebagian lagi masuk ke dalam kelompok miskin (Indrawan nugroho., 2021). Di bulan Juli 2021 Bank Dunia menurunkan status Indonesia dari negara berpenghasilan menengah atas status yang kita baru saja peroleh setahun yang lalu kembali menjadi negara berpenghasilan menengah ke bawah atau lower middle income, Berkurangnya jumlah kelompok kelas menengah ini adalah berita buruk bagi bisnis yang menasar kelas menengah dan menjadi peluang bagi bisnis yang menargetkan kelompok menengah kebawah seperti toko Arafah yang merupakan sebuah toko retail yang target konsumennya merupakan kalangan ekonomi kelas menengah kebawah yang saat ini jumlahnya meningkat karena kovid-19 dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apa inovasi yang dilakukan toko ritel Arafah dalam meningkatkan pendapatan di saat pasar kelas bawah semakin besar.

ritel merupakan bisnis yang melakukan perdagangan eceran. Supliernya adalah produsen, pengumpul, pabrikan, atau distributor, sedangkan pelanggannya adalah konsumen akhir Menurut (Bambang Heru Marwoto dan Susatyo., 2018).

Bulan Maret 2020, WHO mengumumkan bahwa dunia sedang menghadapi suatu pandemi yang disebut dengan Coronavirus Infectious Disease 2019 atau COVID-19 (Li et al., 2020). Pandemi Covid-19 menjadi salah satu masa terberat bagi semua negara yang mengalaminya, termasuk Indonesia. Pandemi tidak hanya berdampak langsung pada aspek kesehatan, tetapi juga aspek kehidupan lainnya, seperti aspek ekonomi dan sosial. Kebijakan pembatasan sosial dan karantina wilayah berpotensi membatasi masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi, sehingga peredaran barang dan jasa menjadi terhambat. Kondisi ini terjadi dalam waktu yang lama sehingga menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi di daerah yang mengalami pandemi COVID-19 (Chapluk et al., 2021; McKibbin & Fernando., 2020).

Inovasi adalah sesuatu yang berhubungan dengan ide, barang atau jasa yang dianggap sesuatu hal yang baru oleh seseorang. Meski ide tersebut sudah pernah ada, namun bisa dikatakan sebagai inovasi bagi seseorang yang baru melihat atau merasakannya. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang: a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat). B. Manajemen inovasi (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dll).

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif suatu metode untuk menjawab permasalahan penelitian yang berkaitan dengan data berupa narasi yang bersumber dari wawancara, observasi, penggalan dokumen (Wahidmurni, 2017). Subjek penelitian atau informan untuk penelitian ini yaitu 1 owner, 4 karyawan toko, 3 reseller serta 10 pelanggan toko Arafah. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti dengan melakukan wawancara kepada 1 owner toko Arafah, 4 karyawan, 3 reseller dan 10 pelanggan. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian berasal dari dokumen, laporan ataupun data yang berhubungan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode Miles and Hubberman yang terdiri dari 4 tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Business Model Canvas Toko Arafah

Business Model Canvas yang dilakukan di Toko Arafah, sebagai berikut:

1. Value Proposition. Toko Arafah merupakan sebuah toko yang menjual bahan pokok dan sembako dengan harga yang cukup terjangkau dengan kualitas yang baik. Pelanggan juga dapat menukarkan kembali produk yang telah dibeli dengan produk lain jika barang yang dibeli tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu, juga terdapat system self-service Sebuah konsep dimana pembeli menemukan, membandingkan dan memilih produk yang mereka butuhkan tanpa bantuan dari pihak toko dan terdapat program potongan harga dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.
2. Customer Segment. Sasaran segmen pelanggan yang dituju oleh Toko Arafah adalah masyarakat kalangan menengah ke bawah, masyarakat sekitar dan UMKM sekitar.
3. Customer Relationship. Toko Arafah menjalin hubungan dengan pembeli pada saat direct selling atau melakukan pemasaran secara langsung kepada pelanggan yang dilayani. Keramahan sebagai penjual merupakan cara yang dilakukan untuk menarik simpati kepada pembeli.
4. Channels. Toko Arafah menyampaikan informasi dan mendistribusikan produknya secara langsung kepada pembeli melalui Toko Arafah yang terletak di Jl. Raya Mojopuro kabupaten Gresik.
5. Cost Structure. Biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh Toko Arafah setiap bulannya terdiri dari biaya, gaji karyawan, biaya listrik, biaya air, biaya wifi, dan biaya untuk stok produk.
6. Revenue Stream. pendapatan utama dari toko Arafah adalah keuntungan 10% - 30% dari penjualan barang – barang kebutuhan pokok seperti aqua, isi ulang, minyak, kopi dll, penjualan dari kardus bekas dan pemasangan iklan surya.
7. Key Activities. Kegiatan rutin yang selalu dijalankan oleh Toko Arafah setiap hari adalah memasarkan produk yang dijual dengan memberikan pelayanan yang ramah. Jam operasional Toko Arafah dimulai dari pukul 07.00 WIB – 17.00 WIB. Selama jam operasional kerja, karyawan Toko Arafah bekerja dengan menata dan merapikan barang sampai rapi, dan menjaga kebersihan toko.
8. Key Partnership. Toko Arafah memiliki beberapa mitra bisnis untuk mensuplai barang di toko seperti rokok, minuman, minyak, telur dll.
9. Key Resources. Toko Arafah memiliki sebuah bangunan yang terdiri dari bagian utama dan sebuah gudang, 25 rak, 3 etalase, 3 kulkas, sebuah meja kasir serta 6 kursi , dan 4 orang karyawan.

Gambar 1. Business Model Canvas Toko Arofah

<i>Bussiness Model Canvas Toko Arofah</i>				
<i>Key Partnerships</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
Distributor minuman, Rokok, gula, minyak dll.	Melakukan penjualan dari jam 07.00-jam 17.00 wib. Melayani pelanggan. Mengecek dan merapikan barang.	1. Menjual produk yang berkualitas dan terjangkau. 2. Garansi dengan syarat yang berlaku. 3. Menyediakan bon atau ambil barang dulu bayarnanti untuk acara seperti pernikahan, sunatan dll. 4. terdapat system self-serfice Sebuah konsep dimana pembeli menemukan, membandingkan dan memilih produk yang mereka butuhkan tanpa bantuan dari pihak toko. 5. terdapat program potongan harga dengan syarat dan ketentuan yang berlaku	Toko Arofah menjalin hubungan dengan pembelinya pada saat direct selling atau melakukan pemasaran secara langsung kepada pelanggan yang dilayani. Keramahan sebagai penjual merupakan cara yang dilakukan untuk menarik simpati kepada pembeli.	Sasaran segmen pelanggan yang dituju oleh Toko Arofah adalah masyarakat kalangan menengah ke bawah, karyawan atau buruh pabrik beserta keluarganya dan umkm sekitar.
	<i>Key Resources</i>		channels	
<i>Cost Structure</i>			<i>Revenue streams</i>	
1. Gaji karyawan 2. Listrik 3. Wifi 4. Biaya untuk stok produk			1. Keuntungan 10 -30 % dari penjualan 2. Penjualan kardus bekas 3. Pemasangan papan iklan surya	

Dampak Pandemi Terhadap Usaha Ritel Menengah Pada Toko Arofah

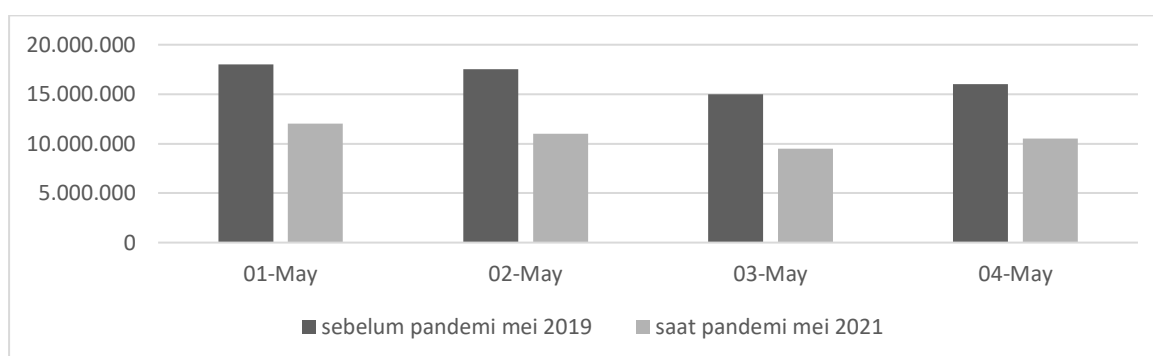
Rabu, 1 April 2020, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyampaikan bahwa empat sektor yang paling tertekan akibat wabah virus corona Covid-19 yaitu rumah tangga, UKM, korporasi, dan sektor keuangan. Rumah tangga akan mengalami penurunan cukup besar dari sisi konsumsi karena masyarakat sudah tidak beraktivitas di luar rumah sehingga daya beli pun menurun dan terancam kehilangan pendapatan karena tidak dapat bekerja untuk memenuhi kebutuhan dasarnya terutama bagi keluarga miskin dan rentan di sektor informal. Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami tekanan akibat tidak dapat melakukan kegiatan usaha sehingga kemampuan untuk memenuhi kewajiban kredit terganggu, hal ini menaikkan Non Performing Loan (NPL) perbankan untuk UMKM semakin memperburuk kondisi perekonomian (BD Komara, Heri Cahyo Bagus Setiawan, Aries Kurniawan., 2020)

Pelaku UMKM usaha toko ritel tentunya juga akan mengalami dampak terhadap kondisi Pandemi ini termasuk juga toko arofah seperti yang disampaikan oleh Fikri Amrullah (30 tahun), “Tentunya ada

sejumlah tantangan karena covid-19 dan dampak dari kebijakan Pemerintah terkait social distancing, work from home, serta kebijakan lain untuk menekan angka penyebaran wabah pandemi ini, tentunya punya pengaruh juga terhadap keberlangsungan toko mulai dari sisi operasional, jumlah konsumen yang belanja, maupun dari sisi keuangannya”. Tidak hanya toko retail Arafah saja yang mengalami dampak terhadap covid-19 toko-toko retail sekitar juga mengalami hal serupa seperti yang disampaikan oleh bapak kurnadi (36 tahun) yang merupakan seorang suplayer di toko Arafah beliau mengatakan ”bukan hanya toko Arafah ini saja mas yang terkena dampak covid-19 toko-toko lainnya juga sama, karena covid-19 ini toko-toko jadi lebih sepi sehingga stok barang mereka berkurang sedikit dan mempengaruhi pendapatan dan berkurangnya jumlah order barang”

Berkurangnya pembelian baik dari pelanggan yang merupakan pelaku umkm ataupun masyarakat biasa ini membuat menurunnya pendapatan toko Arafah yang rata-rata pendapatan toko Arafah sebelum pandemic sekitar Rp 12.000.000 - 18.000.000 per hari sedangkan selama pandemic ini rata-rata pendapatan toko arafah berkurang menjadi Rp 8.000.000 – 12.000.000. Berikut perbedaan pendapatan toko Arafah sebelum pandemi dan saat pandemi :

Tabel 1. Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Pandemi



Dari tabel diatas maka dapat diketahui pendapatan tokoh Arafah menurut disaat pandemic, maka perlu dilakukan inovasi dan perubahan untuk dapat mempertahankan bisnisnya dan meningkatkan pendapatan toko Arafah.

Inovasi yang dilakukan tokoh arafah sebagai respon membesarnya pasar ekonomi menengah ke bawah akibat covid-19

Pandemi covid-19 merupakan kejadian yang keberadaannya berada di lingkungan eksternal (external environment) relatif tidak terkontrol (uncontrollable) atau diluar kendali

perusahaan. Dampak langsung yang berpengaruh pada entitas bisnis berkaitan dengan aktivitas bisnis secara konvensional dalam bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan operasional. Sektor bisnis yang terkendala perkembangannya bahkan mengalami penurunan selama pandemi covid-19 adalah bisnis transportasi, pariwisata, pusat perbelanjaan, serta perdagangan offline yang hanya fokus pada kunjungan langsung konsumen. Kegiatan bisnis yang masih bisa bertahan dan eksis melayani konsumen (bertransformasi menggunakan platform aplikasi online) adalah pendidikan, ritel, bahan makanan pokok. Bagi pelaku UMKM, terutama usaha mikro dan kecil perlu menyesuaikan diri secara cepat di tengah pandemi covid-19. Maka dari itu perlu adanya inovasi bagi para pengusaha agar bisnisnya dapat survive di saat pandemic covid-19 dan agar bisa mengambil peluang dari membesarnya pasar ekonomi menengah ke bawah dan dari hasil observasi dan wawancara toko arafah telah melakukan inovasi menggunakan metode 10 tipe inovasi, Type inovasi yang diambil adalah Inovasi Service

1. Loyalty program

Salah satu penerapan strategi mempertahankan pelanggan (customer retention) adalah melalui loyalty program. Berhubungan dengan hal tersebut, perusahaan dapat mendesain program loyalitas yang sesuai untuk pelanggannya menurut (resty Juliana., 2021). Loyalty program ini akan sangat membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan, meningkatkan keuntungan, dan menjaga agar pelanggan tidak tergiur oleh berbagai tawaran yang diberikan oleh kompetitor lain. Loyalty program untuk customer merupakan strategi yang dimana bisnis akan menawarkan penghargaan, diskon, dan insentif lainnya pada pelanggan untuk mendorong pembelian berulang. Loyalty program telah menjadi salah satu taktik paling efektif untuk meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan. Hal itu dikarenakan menjual kepada pelanggan tetap tidak semahal mendapatkan pelanggan baru. Itulah sebabnya bisnis perlu berinvestasi dalam program loyalitas.

Ada beberapa bentuk loyalty program yang diberikan oleh toko Arafah yang pertama adalah potongan harga atau diskon di setiap pembelian barang dalam jumlah tertentu dan berikut contoh beberapa barang yang memiliki potongan harga jika pelanggan membeli barang dalam jumlah tertentu :

Tabel 2 potongan harga toko Arafah

no	Nama barang	Harga satuan	Min pembelian	Potongan harga
----	-------------	--------------	---------------	----------------

1	gula	13.500/kg	5 kg	13.000/kg
2	telur	26.000/kg	5 kg	25.000/kg
3	Rokok surya	20.000/bungkus	5 bungkus	19.300/bungkus
4	marimas	3.500/renteng	5 renteng	16.500/5 renteng
5	Mie sedaap goreng	3.000/bungkus	10 bungkus	2.900/bungkus
6	Mie sedaap soto	2.800/bungkus	10 bungkus	2.700/bungkus
7	Roti aoka	2.000/bungkus	10 bungkus	1.800/bungkus
8	The rio	1000/cap	1 dus (isi 24 cap)	19.500/dus
9	Okky jelly	1000/cap	1 dus (isi 24 cap)	19.500/dus
10	nabati	500/bungkus	1 dus (isi 20)	8.500/dus
11	yupi	500/bungkus	1 dus (isi 24)	10.500/dus
12	Mie gelas	1.500/bungkus	1 renteng (isi 15)	13.000/renteng
13	Mie spix	500/bungkus	1 renteng (isi 10)	4.500/renteng
14	koroku	1000/bungkus	1 renteng (isi 10)	9.000/renteng
15	Kecap sedap 63 ml	2.000/bungkus	10 bungkus	1.800/bungkus

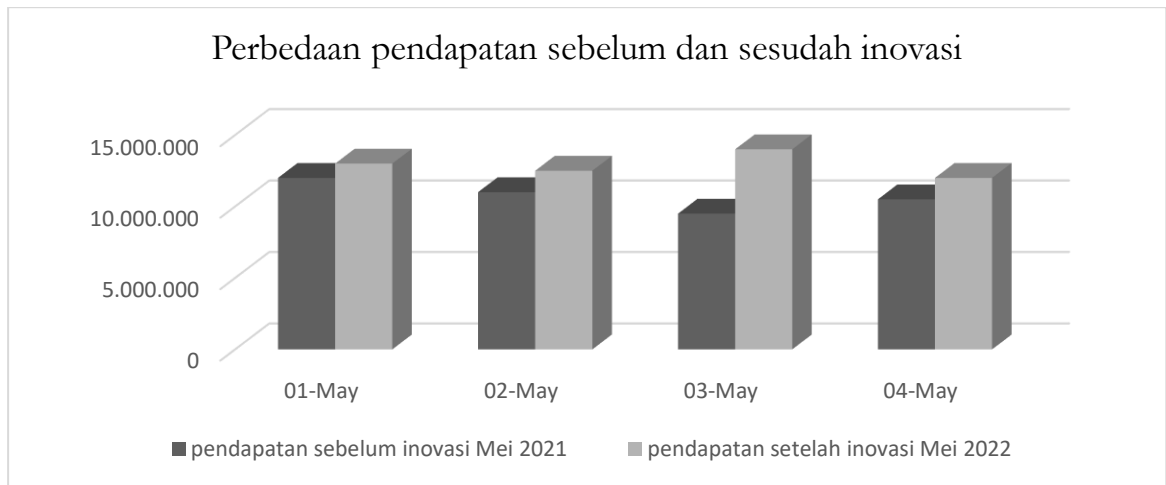
Selain potongan harga, toko Arafah juga mempunyai program royalti lain berupa hadiah bingkisan seperti pakain atau biasa disebut persen oleh masyarakat daerah sini setiap hari raya idul fitri.

2. Self-service

Sebuah konsep dimana pembeli menemukan, membandingkan dan memilih produk yang mereka butuhkan tanpa bantuan dari pihak toko. Self service adalah contoh dari customer service yang dioptimalkan, yang memberikan pelanggan lebih banyak kontrol di tangan mereka sendiri dibanding sebelumnya. Sehingga pelanggan memiliki kuasa penuh atas barang yang dipilih dengan label harga yang sudah tertera pada barang. Selain itu, suasana minimarket yang bersih dan nyaman turut menyumbang ramainya pelanggan yang datang untuk melihat – lihat produk dan akhirnya memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian (Evi Ambarwati dkk).

Setelah melakukan inovasi berupa self-service dan loyalty program pendapatan toko Arafah mengalami kenaikan antara Rp 10.000.000 – 15.000.000 angka ini lebih tinggi dari sebelum melakukan inovasi yang rata-rata pendapatan antara Rp 8.000.000 – 12.000.000 tapi masih sedikit lebih rendah dari pendapatan sebelum pandemic yang rata-rata perhari pendapatan mencapai angka 15.000.000-18.000.000.

Tabel 3 Pendapatan Sebelum Dan Sesudah inovasi



Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, Toko Arafah telah melakukan inovasi untuk mempertahankan bisnis dan meningkatkan keuntungannya. Berdasarkan Analisa toko Arafah menggunakan metode 10 types of Innovation, Type inovasi yang diambil adalah Inovasi Service, dengan menggunakan Taktik Loyalty Program dan Taktik Self-Service dan Toko Arafah ini menggunakan business model canvas untuk mengetahui bisnis model yang bertujuan untuk menghadapi permasalahan yang dimiliki toko Arafah. Karena Business Model Canvas mampu menggambarkan secara visual bagian-bagian penting sebuah bisnis dengan detail dan saling terkait satu sama lain. Dengan demikian, pemilik usaha mampu mengevaluasi tentang adanya kesalahan konsep dan melakukan perbaikan dalam proses menjalankan usahanya.

Daftar Referensi

- Bambang Heru Marwoto dan Susatyo, Pengantar Ilmu Bisnis Cara Mudah Memahami Ilmu Bisnis, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2018), Cet ke-2, h.18
- Chapluk, V. Z., Alam, R. M. K., Abueva, M. M.-S., Hossain, M. N., & Humssi, A. S. Al. (2021). COVID-19 and Its Impacts on Global Economic Spheres. *Modern Global Economic System: Evolutionary Development vs. Revolutionary Leap*, 198, 824–833. https://doi.org/10.1007/978-3-030-69415-9_94.
- Dr. Indrawan nugroho “Strategi Dibalik Penutupan Giant dan Matahari” Bisa di akses di https://youtu.be/eu2hPGhJ_yw Youtube.
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., & Kurniawan, A. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 342-359
- Li, J., Huang, D. Q., Zou, B., Yang, H., Hui, W. Z., Rui, F., Natasha, T. S. Y., Liu, C., Nerucar, N. N., Kai, J. C. Y., Teng, M. L. P., Li, X., Zeng, H., Borghi, J. A., Henry, L., Cheung, R., & Nguyen, M. H. (2020). Epidemiology of

COVID19: A systematic review and meta-analysis of Clinical Characteristics , Risk Factors , and Outcomes. J Med Virol, August, 1-10. <https://doi.org/10.1002/jmv.26424>.

Resty Juliana, R. (2021). PENGARUH LOYALTY PROGRAM DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR (STUDI LOYALTY PROGRAM “MATAHARI REWARDSS OVO” PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE DI PEKANBARU) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. Malang: Repository Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. [Http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/1984.Pdf](http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/1984.Pdf)