BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan wirausaha di Indonesia sangat pesat terutama di kota Bandung, salah satunya merupakan usaha seseorang untuk mencari nafkah atau sumber penghasilan. Peluang kerja yang semakin sulit menyebabkan seseorang memilih berwirausaha atau berdagang. Persaingan yang semakin bertambah, sehingga peluang usaha semakin berat disebabkan mulai tumbuh minimarket di Bandung seperti Alfamart, Indomart, Yomart, dan lainnya, menjadi salah satu permasalah besar untuk pedagang warung kelontong.

Warung kelontong yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang-barang keperluan rumah tangga. Warung kelontong yang berlokasi berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahaan dan yang sering ditemui di dalam gang. Dengan kehadiran minimarket, keberadaan warung kelontong semakin terpuruk dan memprihatinkan

Minimarket yang memiliki keunggulan yaitu dengan kenyamanan, kebersihan, dan pelayanan dengan baik.

Membuktikan terhadap masyarakat di Indonesia bahwa dengan ruangan yang dibuat nyaman dan barang-barang yang diatur rapih memudahkan konsumen untuk berbelanja, sehingga minimarket lebih sering dikunjungi oleh masyarakat sebagai konsumen dibandingkan dengan warung kelontong.

Persaingan usaha yang semakin kompetitif, dengan kehadiran minimarket dan kondisi ruanganya yang ergonomis, menyebabkan timbulnya masaiah sehingga bagi para pelaku usaha warung kelontong. Persaingan itu sendiri merupakan hal yang dianggap sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan usaha warung kelontong. Namun warung kelontong selalu berhadapan dengan tantangan yang berasal dari dua sumber yaitu keterbatasan modal dan cara berdagang. Persoalan yang dihadapi pedagang warung kelontong harus dihadapi secara individu, sehingga pedagang mencari solusi bagaiamana dapat keluar dari persaingan tersebut. Misalnya dengan mencoba meniru secara teknis yang telah dilakukan oleh minimarket yaitu menempatkan dagangan pada posisi terbaik serta siap dan sanggup untuk menyelamatkan maupun mengembangkan usaha dagangannya untuk dapat bersaing dengan minimarket.

Warung kelontong membutuhkan suatu strategi yang dapat dipandang sebagai panduan untuk memecahkan persoalan-persoalan tersebut namun sampai sekarang persoalan

itu sulit dipecahkan, disebabkan adanya kekurangan yang terdapat pada warung kelontong seperti kenyamanan, kebersihan clan tata letak ruang yang tidak teratur Salah satu contoh adalah warung-warung kelontong yang kondisi tersebut yang terletak di daerah jalan Tamansari Bandung.

Faktor-faktar penyebab permasalahan yang muncul seperti warung kelontong tidak memiliki manajemen yang profesional, tidak adanya bantuan program dari pemerintah atau kurangnya pelatihan dari mikro bank yang memberikan pinjaman modal serta pelatihan wirausaha, itu pun sangat mempengaruhi kinerja dan keberadaan dari warung kelontong. Keberadaan minimarket yang mendominasi di Kota Bandung, pada akhirnya sedikit demi sedikit akan menggeser keberadaan warung kelontong.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Warung kelontong semakin terpuruk disebabkan ada beberapa kekurangan seperti kenyaman, kebersihan dan ruangan tidak teratur.
2. Warung kelontong selalu berhadapan dengan tantangan yang berasal dari dua sumber yaitu keterbatasan modal dan cara berdagang.

3. Warung kelontong berdiri sendiri tidak memiliki strategi dan berdagang yang jelas.
4. Pesaing seperti minimarket yang memiliki keunggulan dengan kenyamanan, kebersihan, dan pelayanan baik menyebabkan masayarakat mulai memilih minimarket.
5. Adanya bantuan program yang tidak berjalan baik dari pemerintah dan bank mikro atau siapapun yang mampu membantu kerterpurukan dalam persaingan berdagang dengan minimarket.

1.3 Fokus Masalah

1. Dari uraian Identifikasi Masalah diatas maka permasalahan yang diteliti difokuskan pada: ”Bagaiaman menambahkan perbaikan dari program pemerintah dan bank mikro dalam membantu warung kelontong dalam bersaing dengan minimarket dalam hal kenyaman, kebersihan dan ruangan tidak teratur.”?

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan menggunkan media informasi dimana isi tersebut dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Agar para pedagang warung kelontong mengetahui dan memperlajari cara – cara berdagang dengan baik.

2. Masyarakat mulai mengetahui tentang keunggulan keberadaan warung kelontong
3. Bantuan dari program pemerintah dapat digunakan dengan baik.
4. Menciptakan persaingan secara kompetitif antara warung kelontong dengan minimarket tanpa menentang keberadaannya.