

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Di era urbanisasi yang pesat, masyarakat perkotaan menghadapi tantangan besar dalam menyeimbangkan produktivitas untuk memenuhi kebutuhan harian. Mobilitas yang tinggi dan jadwal yang padat menciptakan pergeseran perilaku konsumen yang menuntut efisiensi, kecepatan, dan kepraktisan dalam berbelanja. Namun, pada realitasnya, konsumen masih sering dihadapkan pada pilihan tempat belanja yang kurang memadai untuk memenuhi ritme hidup serba cepat tersebut.

Kesenjangan antara harapan dan realitas pasar diambil dari *Goodstats* (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 65% konsumen perkotaan memprioritaskan kecepatan akses agar tidak membuang banyak waktu. Hal ini diperkuat oleh *Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA)* yang mengungkapkan bahwa 72% konsumen produktif mengutamakan transaksi yang praktis. Namun, di lapangan, konsumen sering mengalami frustrasi akibat antrean panjang di minimarket atau jarak tempuh yang jauh menuju supermarket.

Laporan *FMCG Outlook 2024* oleh Kantar menyoroti bahwa kelompok usia 18–35 tahun menginginkan pengalaman belanja yang sesuai dengan ritme perkotaan. Saat ini, terdapat celah pasar (*gap*). minimarket modern seringkali masih memiliki proses transaksi yang memakan waktu, sementara toko kelontong tradisional umumnya belum mengadopsi sistem pembayaran digital dan manajemen stok yang transparan. Kondisi ini menurunkan kualitas pengalaman belanja dan memaksa konsumen mengorbankan waktu produktif atau transparansi dalam berbelanja.

Toko kelontong tradisional saat ini dituntut untuk melakukan transformasi agar tidak tergerus oleh ekspansi ritel modern yang masif. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa pemanfaatan teknologi menjadi kunci utama bagi UMKM untuk tetap dinamis dan tepat sasaran di era modern (Riatmaja, 2022). Dengan mengadopsi teknologi digital, dayBox berupaya menjembatani kesenjangan antara kenyamanan belanja tradisional dan efisiensi sistem modern.

Analisis permasalahan konsumen dayBox berdasarkan data internal seperti data penjualan item produk, data permintaan produk dan data trafik penjualan yang

diperoleh lewat Aplikasi *point of sale* (POS) Aronium sebagai teknologi POS yang digunakan di toko selama 6 bulan terakhir, dengan rata-rata 372,82 transaksi harian dari 147 pembeli yang berbeda di 3 outlet (Lampiran 4 Laporan *Feedback* Konsumen), ditemukan tiga poin utama yang menjadi alasan kenapa konsumen berbelanja di dayBox.

a. Keterbatasan Aksesibilitas (*Offline dan Online*)

Sebanyak 88,4% pelanggan menyatakan bahwa kemudahan lokasi dan operasional 24 jam adalah faktor penentu. Konsumen merasa keberatan jika harus menempuh jarak jauh atau memasuki area luas (seperti mall) hanya untuk kebutuhan mendesak. Selain itu, layanan belanja online seperti *On-demand delivery* yang belum tersedia di beberapa toko menjadi hambatan bagi pelanggan yang ingin mendapatkan barang tanpa meninggalkan rumah atau kantor.

b. Sensitivitas Harga

Harga tetap menjadi variabel krusial, di mana 59,2% pembeli sangat mempertimbangkan kompetitifnya harga. Di segmen toko kelontong, loyalitas pelanggan sangat rentan terhadap selisih harga, perbedaan sekecil Rp500 dapat menjadi alasan konsumen beralih ke pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membutuhkan transparansi dan harga yang adil (*fair pricing*).

c. Rendahnya Efisiensi Waktu

Sebanyak 67,3% pembeli menekankan pentingnya penghematan waktu. Masalah utama yang ditemukan adalah proses pencarian produk yang sulit dan antrian pembayaran yang lambat di jam-jam sibuk. Konsumen cenderung menghindari toko yang tidak mampu memberikan proses transaksi ringkas, karena hal tersebut dianggap mengganggu jadwal aktivitas mereka.

Secara keseluruhan, permasalahan yang dihadapi konsumen adalah belum tersedianya solusi belanja yang mampu mengombinasikan harga kompetitif, aksesibilitas 24 jam, dan kecepatan transaksi dalam satu ekosistem. Permasalahan inilah yang menjadi latar belakang strategi pengembangan bisnis pada dayBox.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Sebagai upaya strategis dalam menjawab permasalahan konsumen yang telah diidentifikasi sebelumnya, dayBox menawarkan solusi terintegrasi melalui model

bisnis ritel toko kelontong modern yang simpel. Berikut adalah pemetaan solusi dan nilai lebih yang ditawarkan.

a. Konsep Toko Kelontong 24 Jam dan Layanan *On-Demand Delivery*

Menjawab tantangan keterbatasan akses (88,4%), dayBox memberikan dua solusi sekaligus untuk menjangkau konsumen secara fisik maupun digital. Pertama, dayBox mengusung konsep toko kelontong yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis dengan operasional 24 jam. Sampai saat ini terdapat 3 outlet yang beroperasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel 1.1 Daftar Cabang Toko

No.	Nama Outlet	Lokasi
1	dayBox Mungur	Jl. Mungkur No. 165, Sanggrahan, Condongcatur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283
2	dayBox Babarsari	Jl. Babarsari No.1, Janti, Caturtunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
3	dayBox Stad. Maguwoharjo	Jl. Kepuhsari 1B, Krodan, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55282

yaitu, dayBox Mungur, dayBox Babarsari dan dayBox Stad. Maguwoharjo. Konsep ini memungkinkan konsumen memiliki akses tanpa hambatan (*frictionless access*) tanpa perlu menavigasi gedung yang luas, sehingga kebutuhan mendesak dapat terpenuhi kapan saja.



Gambar 1.1 Google Maps dayBox Mungur



Gambar 1.2 Google Maps dayBox Babarsari



Gambar 1.3 Google Maps dayBox Stadion Maguwoharjo

Kedua, Guna menjangkau konsumen yang tidak dapat datang langsung, ketiga outlet dayBox menggunakan layanan *On-Demand Delivery* melalui platform seperti *Grab Mart* dan *Maxim Foods&Goods*. Hal ini mempermudah konsumen perkotaan mendapatkan barang kebutuhan harian langsung ke depan pintu rumah atau kantor, memberikan fleksibilitas akses yang maksimal.



Gambar 1.4 Grab Mart dan Maxim Foods&Goods

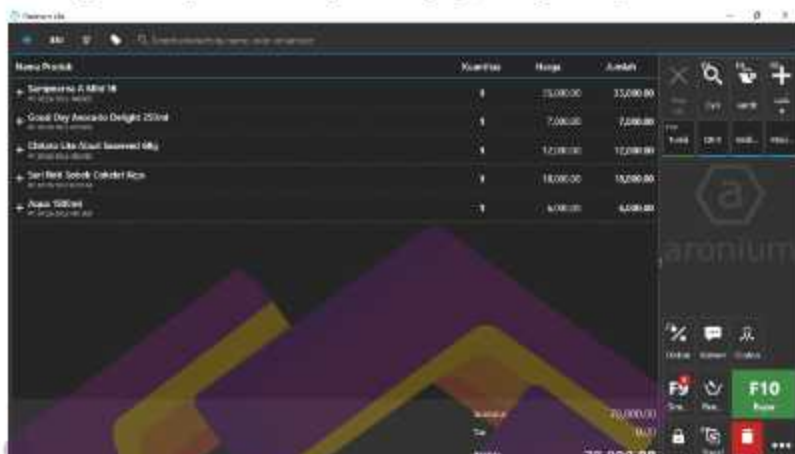
b. Transparansi Sistem dan Efisiensi Operasional

Untuk mengatasi sensitivitas harga (59,2%), dayBox menawarkan nilai lebih melalui keseimbangan antara harga yang adil (*fair pricing*) dan profesionalisme layanan. Melalui penggunaan label harga yang jelas dan sinkronisasi data sistem kasir, dayBox menjamin transparansi harga bagi pelanggan. Tidak ada lagi perbedaan harga ketika jam malam maupun di jam siang di kasir, yang sering menjadi keluhan para pembeli di toko toko kelontong tradisional. Kemudian Dengan model toko *outdoor* berbasis outlet terbuka dayBox mampu memangkas biaya investasi dan operasional (*overhead*) seperti penggunaan pendingin ruangan AC yang mahal. Efisiensi biaya ini memungkinkan dayBox untuk menekan harga jual produk agar tetap kompetitif dan mampu bersaing dengan toko kelontong dengan konsep grosir.

c. Digitalisasi Transaksi dan Optimalisasi Layanan

Menjawab kebutuhan 67,3% konsumen akan kecepatan, dayBox melakukan digitalisasi pada seluruh proses transaksi guna menciptakan pengalaman belanja "Zero-Queue" dengan menerapkan sistem *Point of Sale* (POS) Aronium

memungkinkan pemindaian produk yang sangat cepat dan akurat.



Gambar 1.5 Layar Kasir Aronium POS

Dipadukan dengan metode pembayaran QRIS, proses pembayaran dapat diselesaikan dalam hitungan detik, menghilangkan kendala *antrean* panjang di jam-jam sibuk. Dibantu dengan Tata letak produk pada konsep *outdoor dayBox* dirancang secara ergonomis. Konsumen dapat menemukan produk *fast-moving* dengan cepat tanpa harus berkeliling di lorong-lorong yang rumit, sehingga total waktu yang dihabiskan sejak masuk hingga keluar toko menjadi jauh lebih efisien dibandingkan ritel modern.

1.3 Noble Purpose

Sebagai bagian dari komitmen dayBox untuk menghadirkan kenyamanan yang berkelanjutan bagi masyarakat, toko ini didesain untuk melayani kebutuhan masyarakat dengan beroperasi 24 jam penuh. Dengan layanan tanpa batas waktu, dayBox tidak hanya menyediakan akses yang cepat dan mudah bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari kapan saja, tetapi juga memberikan kontribusi pada keamanan di lingkungan sekitar. Keberadaan toko yang terus buka ini memberi rasa aman bagi pejalan kaki maupun pengendara, terutama di malam hari, dengan menyediakan ruang yang dapat dijangkau kapan pun dibutuhkan serta membantu penerangan di lingkungan tersebut.

Selain itu, dayBox juga membuka pintu bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menitipkan produk mereka. Dengan menyediakan tempat untuk produk lokal, dayBox mendukung perkembangan UMKM dan membantu menggerakkan roda ekonomi masyarakat sekitar. Dengan demikian, dayBox bukan sekadar toko kelontong modern, tetapi juga sebuah pusat yang mendukung keamanan, kenyamanan, dan pertumbuhan bisnis lokal dalam lingkungan yang saling menguntungkan.

Cita-cita mulia dayBox tidak hanya terbatas pada pencapaian profit, tetapi juga memberikan kebermanfaatan bagi lingkungan sekitar melalui penyerapan tenaga kerja lokal. Pengelolaan sumber daya manusia dalam dayBox mengacu pada landasan moral dan etika bisnis untuk memastikan integritas dan keberlanjutan operasional (Bahtiar et al., 2023). Nilai-nilai inilah yang menjadi fondasi dayBox dalam membangun kepercayaan dengan konsumen jangka panjang.

1.4 Visi ,Misi dan *Brand*

a. Visi

Visi dayBox adalah menjadi toko kelontong modern terdepan yang mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. dayBox berkomitmen untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang efisien, aman, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, sehingga setiap pelanggan merasa puas dan diutamakan.

b. Misi

- Menyediakan Layanan 24 Jam dengan Memastikan aksesibilitas toko bagi pelanggan kapan saja, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka tanpa batasan waktu.
- Memberikan kesempatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menitipkan produk mereka, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan keragaman produk yang tersedia di dayBox.
- Mengintegrasikan teknologi dalam operasional toko, seperti sistem pembayaran yang cepat dan platform *on-demand delivery*, untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan.
- Menciptakan tempat yang aman dan nyaman bagi pejalan kaki maupun pengendara, terutama pada malam hari, melalui keberadaan toko yang buka 24 jam dan tata letak yang mudah diakses.

c. *Brand*



Gambar 1.6 Logo dayBox