

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET
UNTUK KEBERLANGSUNGAN TOKO KELONTONG
DI DESA PRINGGOWIRAWAN KECAMATAN
SUMBERBARU KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :
Indira Reza Pramesty
NIM: E20192018

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
SEPTEMBER 2023**

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET
UNTUK KEBERLANGSUNGAN TOKO KELONTONG
DI DESA PRINGGOWIRAWAN KECAMATAN
SUMBERBARU KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI


Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Indira Reza Pramesty
NIM: E20192018

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing



Dr. Ahmadiono, M.E.I
NIP. 19760401 200312 1 005

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET
UNTUK KEBERLANGSUNGAN TOKO KELONTONG
DI DESA PRINGGOWIRAWAN KECAMATAN
SUMBERBARU KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah


Hari : Jumat

Tanggal : 01 September 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



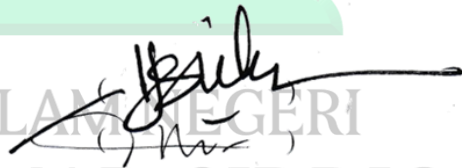
Dr. Abdul Rokhim, M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002



Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd, M.E.I
NUP. 201603137

Anggota:

1. Dr. Saihan, M.Pd
2. Dr. Ahmadiono, M.E.I



KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R
Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khandar Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807200003001

MOTTO

Hadits Shahih, diriwayatkan oleh Muslim, no:64 (2999) dari Abu Yahya Suhaib bin Sinan R.a ia berkata: Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda:

شَكَرَ سَرَّاءُ أَصَابَتْهُ إِذْ، لِلْمُؤْمِنِ إِلَّا لِأَحَدٍ ذَلِكَ وَلَيْسَ خَيْرٌ لَهُ كُلُّهُ أَمْرُهُ إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِأَمْرِ عَجْبَالَهُ خَيْرًا فَكَانَ صَبْرًا
ضَرَّاءُ أَصَابَتْهُ وَإِنْ، لَهُ خَيْرًا فَكَانَ

Artinya : “Sungguh menakjubkan urusan seorang Mukmin. Sungguh semua urusannya adalah baik, dan yang demikian itu tidak dimiliki oleh siapa pun kecuali oleh orang Mukmin, yaitu jika ia mendapatkan kegembiraan ia bersyukur dan itu suatu kebaikan baginya. Dan jika ia mendapat kesusahan, ia bersabar dan itu pun suatu kebaikan baginya.”¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kitab Shahih-nya, pada kitab az-Zuhd, bab “al-Mu’min Amruhu Kulluhu Khair,” nomor hadits:64 (2999), bi Syahrin-Nawawi, jilid 18, 125.

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang dan atas dukungan orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu dengan rasa bangga dan bahagia, saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Ahmad Said dan Erlina Wijayanti, Ayah dan Ibuku yang telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh kasih sayang.
2. Seluruh guru SD sampai MA, serta para guru mengaji dan dosen-dosen yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
3. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
4. Rekan-rekanku kelas Ekonomi Syariah 01 yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Semoga sholawat serta salam keselamatan tercurahkan selalu kepada Rasulullah, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan auqrah-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember”.

Kesuksesan ini dapat penulis dapatkan karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan patut menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.

5. Bapak Isnadi, S.S., M.Pd, selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Bapak Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I, selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Seluruh Dosen yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya jurusan Ekonomi Syariah yang memiliki peran sangat besar bagi saya dalam proses perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa terima kasih saya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga segala kebaikan Bapak/Ibu yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT.

Jember, 27 Oktober 2022

Penulis
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Indira Reza Pramesty, Dr. Ahmadiono, M.E.I, 2022: *Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember.*

Seiring berkembangnya zaman perusahaan ritel di Indonesia semakin banyak, mulai dari minimarket, supermarket, dan hypermarket. Hal ini berdampak bagi masyarakat asli sekitarnya, khususnya masyarakat yang bermata percaharian sebagai pengusaha toko kelontong yang sudah berdiri dari dahulu. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai dampak adanya minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Apa dampak positif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember? 2) Apa dampak negatif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember? 3) Apa upaya yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya?

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Mendeskripsikan dampak positif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember 2) Mendeskripsikan dampak negatif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember 3) Mendeskripsikan upaya yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong dalam menjaga eksistensi usahanya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam menentukan informan peneliti menggunakan *purposive* yaitu pertimbangan memilih informan yang dianggap mengetahui informasi terkait permasalahan yang akan diteliti. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Dampak positif dari keberadaan minimarket untuk toko kelontong yaitu memberikan ide serta inovasi terhadap para pedagang toko kelontong untuk menata ruang dan barang yang rapi serta menambah jumlah barang dagangan, memberlakukan sistem layanan mandiri, serta dapat membuka lapangan usaha; 2) Dampak negatif dari keberadaan minimarket modern untuk keberlangsungan toko kelontong terdiri dari bertambahnya pesaing, adanya penurunan jumlah omset dan jumlah pelanggan terhadap para pelaku usaha toko kelontong; 3) Upaya pemilik toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya yaitu terdiri dari memperbanyak produk, bersaing harga, memperluas tempat usaha, mengadakan promosi, memperbagus penampilan barang dan toko, serta menerapkan strategi 4p (produk, harga, tempat, dan promosi).

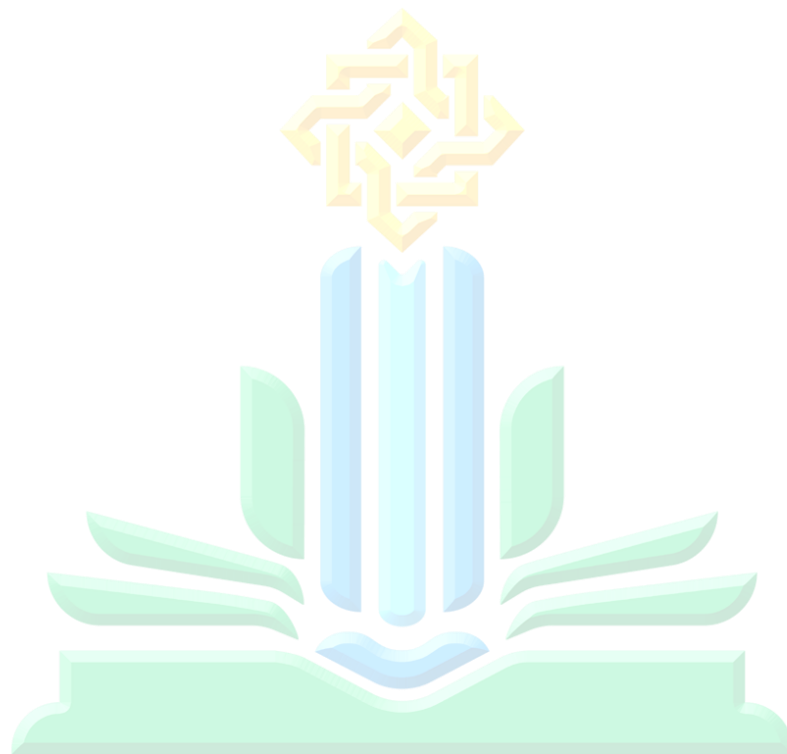
Kata Kunci: Dampak Positif, Dampak Negatif, Strategi Pemasaran

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori.....	26

1. Dampak	26
a. Positif	29
b. Negatif.....	30
2. Strategi Pemasaran 4 P.....	31
a. Strategi Produk.....	34
b. Strategi Harga.....	36
c. Strategi Tempat.....	39
d. Strategi Promosi.....	39
3. Minimarket.....	42
4. Toko Kelontong	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Subyek Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Analisis Data	52
F. Keabsahan Data.....	55
G. Tahap-tahap Penelitian.....	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	58
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	58
B. Penyajian Data dan Analisis.....	80
C. Pembahasan Temuan.....	99
BAB V PENUTUP.....	115

A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Jumlah Ritel di Indonesia.....	4
1.2	Jumlah Keberadaan Minimarket dan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan	6
2.1	Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	22
4.1	Jumlah Penduduk	59
4.2	Penduduk Menurut Umur.....	60
4.3	Lama Usaha Pemilik Toko Kelontong.....	75
4.4	Kota Asal Pemilik Toko Kelontong.....	76
4.5	Pendidikan Terakhir Pemilik Toko Kelontong	77
4.6	Toko Kelontong Usaha Utama.....	79
4.7	Perubahan Omset Pemilik Toko Kelontong.....	93
4.8	Rangkuman Pembahasan Temuan	112

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
1.1	Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia	2
1.2	Jumlah Ritel di Indonesia.....	3



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring berkembangnya zaman perusahaan ritel di Indonesia semakin banyak, mulai dari minimarket, supermarket, dan hypermarket. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya perusahaan ritel yang membuat masyarakat semakin dimanjakan oleh berbagai pusat perbelanjaan. Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu distribusi. Namun seiring tumbuh pesatnya perusahaan ritel seperti minimarket di wilayah pemukiman masyarakat mempunyai dampak positif dan negatif tersendiri terhadap warung-warung kecil di sekitarnya.²

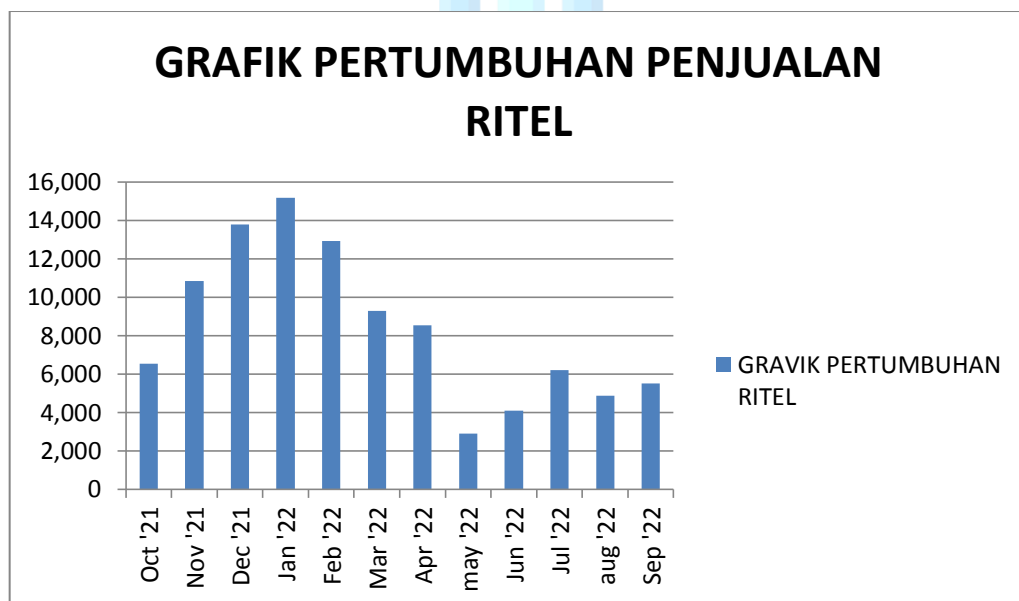
Perkembangan bisnis ritel modern atau biasa disebut minimarket yang pesat adalah fenomena yang wajar dikaitkan dengan perkembangan zaman serta meningkatnya jumlah kelas menengah di tanah air. Pertumbuhan bisnis ritel atau minimarket ini memang menguntungkan bagi negara dalam bentuk pemasukan pajak bagi pemerintah pusat dan daerah, menambah lapangan pekerjaan, meningkatkan investasi asing dan luar negeri. Namun, kemajuan bisnis ini juga harus tetap diawasi oleh pemerintah agar keberadaannya tidak sampai mematikan usaha kecil.³

² Zumratul Muhsinat, Siti Achiria, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura," *Iqtishadia*, no.2 (Desember, 2019): 204.

³ R. Serfianto D. Purnomo, dkk, *Sukses Bisnis Ritel Modern* (Jakarta: Kompas GRAMEDIA, 2018), 27.

Pertumbuhan penjualan Ritel di Indonesia dilaporkan sebesar 5,5% pada bulan September 2022. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 4,9% per bulan Agustus 2022. Data pertumbuhan penjualan ritel Indonesia diperbaharui bulanan, dengan rata-rata 8,1% dari bulan Januari 2011 sampai September 2022, dengan 141 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28,2% pada bulan Desember 2013 dan rekor terendah sebesar -20,6% pada bulan Mei 2020.⁴

Gambar 1.1
Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia
(Januari 2011- September 2022)



Sumber: Ceicdata.com

Minimarket dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian “Toko Modern”.⁵ Pengertian toko modern menurut pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual

⁴ Ceicdata, “Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia,” CEIC, 31 Oktober 2022, www.ceicdata.com.

⁵ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departemen Store, Hypermart ataupun grosir yang berbentuk Perkulaan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko moderen dengan pasar tradisional yang telah ada. Mengenai jarak antar-minimarket dengan pusat tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan masalah perizinan pendirian toko modern (minimarket).⁶

Berdasarkan data Ekukomonitor terdapat 3,61 juta ritel di Indonesia pada tahun 2021, yang mana jumlah ini menurun sampai 11,85% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang berjumlah 4,1 juta unit.⁷

Gambar 1.2
Jumlah Retail di Indonesia Menurut Jenis
(2017-2021)



Sumber: DataIndonesia.id

⁶ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

⁷ Monavia Ayu Rizaty, "Jumlah Toko Ritel di Indonesia Mencapai 3,61 Juta pada 2021," 31 Oktober 2022, <https://dataindonesia.id>.

Tabel 1.1
Jumlah Retail di Indonesia Menurut Jenis
(2017-2021)

Tahun	Kelontong Tradisional	Toserba	Supermarket	Retail Farecour	Hypermarket	Total
2017	4.574.208	31.488	1.377	481	333	4.607.887
2018	4.546.222	32.699	1.402	378	330	4.581.031
2019	4.512.891	34.704	1.429	396	336	4.549.756
2020	4.061.674	36.969	1.450	381	311	4.100.785
2021	3.574.342	38.323	14.11	385	285	3.614.719

Sumber: dataindonesia.id

Keberadaan minimarket di Indonesia mengalami perkembangan pesat pada dekade tahun ini seperti yang ada didalam tabel tersebut. Masuknya minimarket telah mengancam toko-toko kelontong di lingkungan yang menjual bahan makanan dan minuman. Toko kelontong adalah bisnis yang dioperasikan pemilik yang berfungsi sebagai salah satu sumber kehidupan mereka. Selain sederhana untuk memulai dengan sedikit investasi. Bisnis ini dapat menghasilkan pendapatan secara langsung. Toko kelontong biasanya dijalankan sebagai perusahaan keluarga, sehingga memperkejakan staf adalah sebuah keuntungan.⁸

Toko kelontong adalah toko kecil di daerah perumahan, sering buka 24 jam 7 hari, lini terbatas produk dengan perputaran tinggi. Selain itu toko kelontong yaitu warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Warung ini ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang

⁸ Zumratul Muhsinat, Siti Achiria, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura," *Iqtishadia*, no.2 (Desember, 2019): 204-205.

tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Warung kelontong merupakan pertama kali yang melayani kebutuhan masyarakat sebelum minimarket.⁹

Wilayah Desa Pringgowirawan terletak di sebelah paling barat dari Kabupaten Jember Desa Pringgowirawan ini memiliki luas 845.355 ha. Potensi yang dimiliki di Desa Pringgowirawan adalah desa yang paling banyak penduduknya untuk wilayah kecamatan. Dengan kepadatan penduduk di Desa Pringgowirawan Kebutuhan harian dengan demikian menjadi sangat penting. Urusan ini mendorong investor untuk memperluas perusahaannya pada khususnya di bidang penyediaan kebutuhan sehari-hari manusia yang kekinian, seperti minimarket. Menyadari hal ini, eksistensi usaha kecil mandiri yang bergantung pada sektor konsumen akan mengalami penurunan.¹⁰

Menurut informasi yang dikumpulkan melalui observasi jumlah minimarket dan toko kelontong di Desa pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember saat ini berjumlah 7 minimarket yaitu, Indomaret, Basmallah, Thaybah, Baru Jawa, Bali Jaya, Go Mart, dan minimarket Hamdallah dengan jumlah 176 toko kelontong, seperti halnya dalam table dibawah ini:¹¹

⁹ Kotler dan Killer, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 141.

¹⁰ Desa Pringgowirawan, "Profil Desa Pringgowirawan," 6 September 2022.

¹¹ Observasi, Jember, 14 September 2022.

Tabel 1.2
Jumlah Keberadan Minimarket dan Toko Kelontong di Kecamatan Sumberbaru

No	Nama Desa	Minimarket	Toko Kelontong
1.	Gelang	0	23
2.	Jambesari	3	48
3.	Jamintoro	2	32
4.	Kaliglagah	0	55
5.	Karangbayat	3	98
6.	Pringgowirawan	7	176
7.	Rowotengah	2	83
8.	Sumberagung	1	56
9	Yosorati	4	133
	Jumlah	22	619

Sumber : Data diolah

Perkembangan minimarket di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, seperti tergambar tabel diatas, dapat membawa dampak buruk bagi toko kelontong pada umumnya. Beberapa alasan yang mendukung kekhawatiran tersebut diawali oleh:

Pertama, masyarakat saat ini lebih memilih berbelanja di

minimarket yang memiliki ketersediaan barang lebih lengkap

dibandingkan dengan toko kelontong.

Kedua, tempat belanja yang nyaman karena minimarket sendiri di lengkapi dengan fasilitas AC.

Ketiga, harga yang sudah tertera di tempat produk sehingga memudahkan konsumen untuk mengira harga yang sesuai dengan kondisi keuangan yang dimiliki.

Jarak antara minimarket yang sangat dekat dengan toko kelontong, serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh pada omset penjualan toko kelontong terutama untuk pelaku usaha ritel yang menjual barang dagangan yang sama dengan yang ada di minimarket. Pemilik toko kelontong harus memiliki strategi dalam upaya mempertahankan eksistensi usahanya.¹²

Sebagaimana diketahui dalam perdagangan manapun pasti dapat ditemukan persaingan di dalamnya, tidak terkecuali pada usaha kecil dan menengah ini. Adapun yang menjadi pesaing pedagang eceran ini adalah kehadiran minimarket modern di sekitaran lokasi usaha kecil dan menengah tersebut. Jumlah penduduk yang semakin lama semakin meningkat mengakibatkan kebutuhan sehari-hari menjadi faktor yang penting. Hal tersebut membuat para investor terus mengembangkan usahanya khususnya dalam bidang penyedia kebutuhan sehari-hari yang bersifat modern seperti minimarket bahkan supermarket.

Pemilik toko kelontong harus bersikeras memikirkan pengadaan barang dan menjualnya kembali kepada konsumen dengan harga yang bisa dikatakan biasa. Sedangkan minimarket tanpa harus memikirkan pasokan barang yang akan dijual karena setiap bulan barang-barang yang akan dijual tetap didatangkan sehingga perputaran perdagangan barang tidak terputus dan persediaan barang tetap terjaga. Minimarket juga melakukan inovasi terhadap fitur-fitur perbelanjaan yakni dengan menjual pulsa elektronik dan

¹² Jeri Setiawan, "Pengaruh Keberadaan Minimarket terhadap Pendapatan Pedagang kelontong di Kelurahan Klender Kecamatan Duren sawit Jakarta Timur" (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2010).

tiket kereta api, dan lain sebagainya. Sehingga membuat antusias masyarakat sangat tinggi dalam melakukan kegiatan belanja di gerai ini, karena alasan kenyamanan kemudahan serta banyak fitur serta promo yang ditawarkan. Melihat hal tersebut, eksistensi toko kelontong mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya minimarket yang dinilai cukup potensial oleh para pembisnis ritail. Perkembangan minimarket yang semakin pesat dan dikhawatirkan semakin lama semakin memberi dampak buruk bagi usaha kecil seperti usaha toko kelontong.¹³

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menulis penelitian mengenai dampak munculnya minimarket modern untuk keberlangsungan usaha toko kelontong yang telah beberapa kali dilakukan oleh peneliti lainnya di wilayah lain maupun kota lain di Indonesia. Maka dari itu Berdasarkan permasalahan atau latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “ Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember”.

B. Fokus Penelitian

Tujuan utama penelitian harus dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya yang ringkas, jelas, tegas, eksplisit, dan operasional. Mempertimbangkan penjelasan dalam deskripsi, konteks penelitian masalah yang menjadi fokus penelitian ini antara lain sebagai berikut:

¹³ Rina Walmiaty Mardi, “Dampak Munculnya Minimarket Waralaba Terhadap Usaha Kecil Pada Kecamatan Medan Tuntungan Sumatera Utara”, Proseding Seminar Nasional Balikpapan University Faculty of Economics Seminar National dan Essay Competition, Vol.1, No.16, Desember 2018.

1. Bagaimana dampak positif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana dampak negatif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya?

C. Tujuan Penelitian

Gambaran arah yang akan ditempuh penelitian disebut tujuan penelitian. Masalah sebelumnya harus disebutkan dalam tujuan penelitian. Berikut adalah tujuan penelitian yang sejalan dengan fokus penelitian:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis dampak positif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis dampak negatif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.
3. Mendeskripsikan upaya yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya.

D. Manfaat Penelitian

Kontribusi yang akan peneliti berikan setelah penelitian ini selesai termasuk dalam manfaat. Ini dapat digunakan baik secara teoretis maupun

praktis, seperti membuatnya relevan bagi ilmuwan, organisasi, dan masyarakat. Dapat juga digunakan untuk memberikan pihak lawan, yang juga akan melakukan penelitian dan diharapkan dapat memberikan informasi, bahan untuk dipertimbangkan. Penelitian yang dilakukan memiliki struktur yang realistis. dengan keunggulan yang tercantum di bawah ini:

1. Manfaat Teoritis

- a. Studi ini bisa memperluas dan memperdalam informasi tentang ilmu pengetahuan dan kemajuan ilmu pengetahuan bagi masyarakat umum atau pembaca keberadaan minimarket terhadap usaha kecil menurut perspektif Ekonomi Islam.
- b. Studi ini diperlukan dapat membuahakan rujuk dan perbesar khasanah keilmuan pada perguruan tinggi, termasuk Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq di Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Berdasarkan studi terbaru sedang dilakukan dapat memberikan peneliti pengetahuan informasi lebih lanjut tentang proses tersebut penulisan dan penelitian selanjutnya akan diperbaiki.

- b. Untuk Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember

Studi ini semoga dapat menjadi referensi untuk mahasiswa program studi Ekonomi Syariah di UIN KHAS Jember.

c. Bagi Masyarakat

Studi ini semoga bisa dapat menjadi kontribusi kepada masyarakat dan memberikan pengetahuan tentang analisis dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.

E. Definisi Istilah

Agar menjadi lebih fokus pada permasalahan yang akan dibahas dalam pembahasan ini dan menjadi fokus pada judul penelitian. Tujuannya adalah untuk menghindari pemahaman istilah-istilah yang ada. Berikut ini adalah definisi dari istilah tersebut:

1. Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif atau negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan yang dipengaruhi.¹⁴

Dampak merupakan suatu akibat yang disebabkan oleh sesuatu dan mempengaruhi keadaan seseorang atau kelompok.¹⁵ Secara sederhana juga dapat diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap

¹⁴ Suharto dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2017), 243.

¹⁵ OK Laksamana Lutfi, "Dampak Keberadaan Indomaret terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan," *Journal of Economic Education* 2, no.1(2013): 5.

keputusan yang diambil oleh seseorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif atau dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan suatu proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal.

2. Mini Market

Mini market adalah toko swalayan yang menjual sebagian besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen dengan luasan radius sales area antara 100 hingga 1000m².¹⁶ Minimarket sebagai peranan kebutuhan masyarakat sehari-hari menjadi tempat berbelanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan tetapi tidak perlu pergi jauh seperti ke supermarket. Pada era modern kini sudah mulai banyak tumbuh minimarket-minimarket modern yang sudah menyediakan fasilitas yang memadai guna memanjakan konsumennya.¹⁷

3. Toko Kelontong

Toko kelontong adalah toko yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Selain itu, jenisnya pun beragam dan lengkap. Produk yang di jual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga. Toko kelontong termasuk dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan pernah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia saat krisis pada tahun 1989. Bisa dibbilang, kala itu UMKM menjadi

¹⁶ Sujana, *Manajemen Ritel Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2021), 12.

¹⁷ Ariefah Sundari, *Manajemen Ritel* (Lamongan: Academia Publication, 2021), 134

penyelamat krisis. Bahkan, menjadi salah satu UMKM yang berkembang pesat.¹⁸

Berdasarkan definisi istilah di atas, maka yang dimaksud dengan dampak ialah suatu pengaruh baik negatif atau positif yang timbul dari sesuatu benda ataupun orang, seperti halnya ketika seseorang hendak mengambil suatu keputusan maka setiap keputusan itu akan timbul pengaruh positif atau pun negatif. Kemudian Minimarket dan Toko Kelontong ini adalah toko yang menyediakan berbagai jenis barang atau jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat, hanya saja minimarket ini bentuk modern dari toko kelontong.

F. Sistematika Pembahasan

Peneliti ingin memberikan gambaran alur penulisan pada bagian ini agar apa yang dibahas sesuai dengan apa yang ditentukan.¹⁹ Berikut akan di kemukakan gambaran secara umum pembahasan skripsi ini.

Bab satu, berisi konteks, fokus, tujuan, dan manfaat dari penelitian ini semuanya tercakup dalam pendahuluan, begitu pula dengan kata kunci dan kerangka pembahasan.

Bab dua, berisi tinjauan literatur pada mencakup studi teoritis dan sejarah yang berkaitan dengan penelitian yang direncanakan. Untuk menjamin orisinalitas peneliti, bab ini mengumpulkan penelitian

¹⁸ Ardito Wahyu Octian, "Apa Itu Toko Kelontong", MITRABUKALAPAK, 13 Januari 2022, <https://mitra.bukalapak.com>.

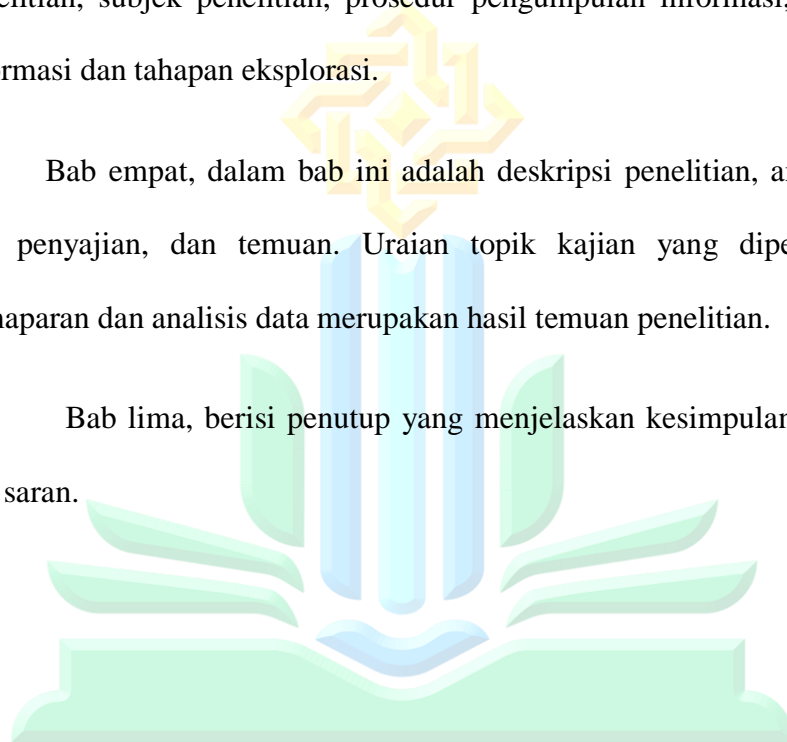
¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: Penerbit IAIN Jember, 2019), 48.

sebelumnya serta landasan teori untuk memandu pencarian yang lebih kompleks.

Bab tiga, berisi tentang teknik pengumpulan informasi yang dibahas pada bagian ini meliputi pendekatan dan jenis pemeriksaan, wilayah penelitian, subjek penelitian, prosedur pengumpulan informasi, legitimasi informasi dan tahapan eksplorasi.

Bab empat, dalam bab ini adalah deskripsi penelitian, analisis data dan penyajian, dan temuan. Uraian topik kajian yang diperoleh dari pemaparan dan analisis data merupakan hasil temuan penelitian.

Bab lima, berisi penutup yang menjelaskan kesimpulan penelitian dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini memuat temuan peneliti sebuah penelitian dari kontras dan kemiripan dalam bidang terhadap studi oleh ilmuwan yang bekerja dengan ilmuwan sebelumnya. Hal ini penting untuk mencegah pengulangan dan menjaga agar persamaan yang dipelajari tetap fokus. Kita akan dapat mengidentifikasi perbedaan antara penelitian kita dan studi sebelumnya dengan cara ini dapat menghasilkan perbaruan dan orisinalitas.²⁰

Dengan demikian, diharapkan penyajian kajian terdahulu ini menjadi salah satu bukti keorisinalitas penelitian. Beberapa kajian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sindi Alwiyah Tahun 2018 dengan judul

” Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional “.²¹

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa maraknya pembangunan minimarket memiliki dampak sosial maupun ekonomi bagi para pelaku usaha toko kelontong tradisional. Dampak sosial terdapat perubahan cara hidup, budaya yang berkembang di tengah masyarakat,

²⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember: IAIN, 2019), 46.

²¹ Sindi Alwiyah “*Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional* “ (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

serta terbentuknya sebuah komunitas dalam rangka menjaga eksistensi keberadaan toko kelontong tradisional. Selain itu jika dilihat dari segi ekonomi yaitu berdampak pada segi pendapatan yang menurun serta terjalannya aktivitas ekonomi yang dirasa kurang sehat bagi pedagang toko kelontong tradisional.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu ingin mengetahui dampak sosial ekonomi berdirinya minimarket terhadap toko kelontong tradisional, sedangkan si peneliti ingin mengetahui analisis dampak keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan toko kelontong. Adapun persamaannya sama-sama membahas masalah dampak keberadaan minimarket bagi toko kelontong.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ani Sukrina yang berjudul “Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Alfamaret dan Indomaret Terhadap Usaha Warung Tradisional di Kelurahan Delima Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”²²

Hasil penelitian ini menunjukkan reliabilitas dan validitas survei yang diberikan kepada 43 responden sampel serta efikasi program rehabilitasi ketika memanfaatkan SPSS Versi 3.00. Tingkat signifikansi juga menunjukkan kurang dari 0,05, yang sama dengan 0,000, meskipun Uji T Sampel Berpasangan dari 43 tanggapan menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan yang signifikan dalam jumlah omset dan jumlah

²² Ani Sukrina “Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Alfamaret dan Indomaret Terhadap Usaha Warung Tradisional di Kelurahan Delima Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah” (Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022).

pelanggan di ritel tradisional. Dari sudut pandang ekonomi islam, minimarket Alfamaret dan Indomaret memiliki efek negatif terhadap cara bisnis warung tradisional di Desa Delima beroperasi.

Perbedaannya terletak investigai sebelumnya telah menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Sedangkan si peneliti metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Adapun persamaannya terletak pada sama-sama membahas mengenai dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sari Yolanda Daulay Tahun 2018 dengan judul “Dampak Keberadaan Mini Market Terhadap Warung Tradisional serta Persepsi Masyarakat Terhadap Mini Market dan Warung Tradisional “. ²³

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasca kehadiran minimarket bermula dari pemerosotan pendapatan pedagang warung tradisional yang akhirnya berdampak pada aspek-aspek lainnya yaitu kemampuan memenuhi biaya pendidikan anak, mengakses layanan kesehatan, penyelamatan usaha dan investasi serta interaksi sosial dan solidaritas sosial sedangkan persepsi masyarakat terhadap minimarket lebih ke arah positif dan kepada warung tradisional ada sisi positif dan negatif.

²³ Sari Yolanda Daulay “Dampak Keberadaan Mini Market Terhadap Warung Tradisional serta Persepsi Masyarakat Terhadap Mini Market dan Warung Tradisional “ (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Sumatera, 2018).

Perbedaannya terletak pada tema. Pada penelitian terdahulu ingin mengetahui dampak minimarket terhadap Warung Tradisional serta Persepsi Masyarakat Terhadap Mini Market dan Warung Tradisional sedangkan si peneliti untuk mengetahui menganalisis dampak keberadaan minimarker untuk keberlangsungan toko kelontong saja. Adapun persamaannya sama sama ingin mengetahui seperti apa dampak dari keberadaan minimarket bagi keberlangsungan usaha toko kelontong.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rina Arnisyah Tahun 2020 yang berjudul “ Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap keberlangsungan Usaha Toko Kelontong “. ²⁴

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi dari peraturan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendag No. 53 Tahun 2008 tidak berjalan semestinya, banyak pasal-pasal dalam peraturan tersebut tidak terlaksana dengan baik. Kemudian persepsi dari pelaku toko kelontong terhadap minimarket memiliki persepsi negatif karena berdampak terhadap omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan pada usaha toko kelontong.

Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu peneliti membahas tentang pengaruh perubahan keuntungan Usaha Toko Kelontong, sedangkan si peneliti yakni mengenai dampak dari minimarket untuk kelangsungan usaha toko kelontong. Adapun

²⁴ Rina Arniansyah “ Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong “ (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020).

persamaannya sama-sama membahas mengenai dampak dari minimarket yang pedagangnya mengalami penurunan omzet.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Shaf Karim Tahun 2018 yang berjudul “Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong”.²⁵

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya tingkat keuntungan, tingkat omzet, dan jumlah pengunjung toko mengalami perubahan yang signifikan setelah munculnya minimarket atau ritel modern.

Perbedaannya terletak pada metode penelitian. Pada penelitian terdahulu peneliti menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pada penelitian yang peneliti menggunakan metode kualitatif. Adapun persamaannya sama sama membahas mengenai penurunan keuntungan yang signifikan karna disebabkan oleh adanya minimarket yang jaraknya kurang dari satu meter.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Tahun 2018 dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Mikro dan Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.²⁶

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, dengan menggunakan uji t dan rumus regresi linier berganda, margin minimarket, usaha kecil mikro, dan perspektif ekonomi syariah memiliki dampak yang

²⁵ Muhammad Shaf Karim “Analisis dampak keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Sumatera, 2018).

²⁶ Wahyu “ Analisis Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Usaha Mikro dan Kecil Dalam Prespektif Ekonomi Islam “ (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2018).

menguntungkan dan signifikan terhadap regenerasi linier. Nilai t tabel kurang dari nilai t yang dihitung.

Perbedaannya terletak pada judul. Pada penelitian terdahulu berjudul analisis dampak keberadaan minimarket terhadap usaha mikro dan kecil dalam perspektif ekonomi islam, sedangkan peneliti meneliti analisis dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong. Sedangkan persamaannya sama-sama membahas mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap usaha kecil.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Gitti Liando dan Nurhayati tahun 2019 dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Alfamart di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu”.²⁷

Berdasarkan temuan pengurangan tersebut, rata-rata pendapatan tahunan pedagang eceran sebelum Alfamart adalah Rp534.600.000.000 dan Rp408.780.000.000.000 setelah dibuka. Menurut statistik 1.199 dan sig (2-tailed) $0,284 > 0,05$ dari hitungan uji-t menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara pendapatan tahunan pedagang eceran sebelum dan sesudah operasi Alfamart.

Perbedaan terletak pada penelitian terdahulu berfokus pada analisis pendapatan usaha pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya alfamart. Sedangkan si peneliti ini berfokus pada analisis dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong. Adapun

²⁷ Gitti Liando dan Nurhayati tahun 2019 dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Alfamart di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu,” AKPEM: *Jurnal Akutansi Keuangan dan Pemerintahan* 1, no. 1 (2019): 1-3.

persamaannya sama-sama membicarakan tentang perubahan pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya minimarket.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Febri Wulansari Tahun 2020 dengan judul “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional”.²⁸

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengenalan minimarket memiliki efek yang lebih merugikan pada pedagang di Pasar Tradisional Cerme, yang dibuktikan dengan pola aktivitas bisnis yang berubah, penurunan jumlah konsumen, dan penurunan pendapatan pedagang yang diakibatkannya.

Perbedaannya yakni terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu meneliti para pedagang pasar tradisional dan peneliti meneliti para usaha toko kelontong. Adapun persamaannya yakni sama-sama ingin mengetahui dampak dengan adanya minimarket terhadap para pelaku usaha.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Septa Hussurur Tahun 2020 yang berjudul “Analisis Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.²⁹

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak dari adanya minimarket membawa perubahan omset, jumlah pengunjung terhadap

²⁸ Febri Wulansari “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional” (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020).

²⁹ Septa Hussurur “ Analisis Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020).

toko kelontong, Jika dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam yaitu tidak adanya persaingan.

Perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu ingin menganalisa dampak pertumbuhan minimarket dengan tinjauan perspektif ekonomi islam.Sedangkan fokus masalah peneliti adalah tentang analisis dampak dari keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong dengan tidak di tinjau menurut perspektif Ekonomi Islam. Sedangkan persamaan dari penelitian terdahulu dan penelitian adalah sama-sama menggunakan pendekatan analisis dekriptif kualitatif.

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sindi Alwiyah (2018)	Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional	Sama-sama membahas masalah dampak keberadaan minimarket bagi toko kelontong.	Perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu ingin mengetahui dampak sosial ekonomi berdirinya minimarket terhadap toko kelontong tradisional, sedangkan si peneliti ingin mengetahui analisis dampak keberadaan minimarker terhadap keberlangsungan toko kelontong.
2.	Ani Sukrina (2022)	Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Alfamaret dan	Persamaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah	Penelitian terdahulu menggunakan teknik penelitian kuantitatif.

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Indomaret Terhadap Usaha Warung Tradisional di Kelurahan Delima Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah	sama-sama membahas mengenai dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.	Sementara itu, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.
3.	Skripsi oleh Sari Yolanda Daulay (2018)	Dampak Keberadaan Mini Market Terhadap Warung Tradisional serta Persepsi Masyarakat Terhadap Mini dan Warung Tradisional	Sama-sama ingin mengetahui seperti apa dampak minimarket bagi kelangsungan usaha toko tradisional.	studi sebelumnya berpusat pada dampak keberadaan minimarket terhadap warung tradisional serta persepsi masyarakat terhadap minimarket dan warung tradisional. Sedangkan si peneliti ini berfokus pada analisis dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.
4.	Skripsi oleh Rina Arnisyah (2020)	Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap keberlangsungan Usaha Toko Kelontong	Persamaannya dengan penelitian terdahulu sama-sama membahas mengenai dampak dari minimarket yang pedagangnya mengalami penurunan omzet.	studi sebelumnya berpusat pada pengaruh perubahan keuntungan usaha toko kelontong. Sedangkan si peneliti ini berfokus pada dampak dari minimarket untuk keberlangsungan usaha toko kelontong.
5.	Muhammad Shaf Karim (2018)	Analisis dampak keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong	persamaannya dengan penelitian terdahulu sama sama mengenai penurunan keuntungan yang signifikan karna	Penelitian terdahulu menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Sementara itu, peneliti menggunakan

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			disebabkan oleh adanya minimarket yang jaraknya kurang dari satu meter.	metode penelitian kualitatif.
6.	Wahyu (2018)	Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Mikro dan Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai dampak kehadiran minimarket mempengaruhi usaha kecil .	Studi sebelumnya berpusat pada analisis dampak kehadiran minimarket terhadap usaha mikro dan kecil dalam perspektif ekonomi Islam. Sedangkan peneliti berfokus pada analisis dampak minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.
7.	Gitti Liando, Nurhayati (2019)	Analisis Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Alfamart di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	Adapun persamaannya sama-sama membicarakan tentang perubahan pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya minimarket.	Perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu berfokus pada analisis pendapatan usaha pedagang eceran sebelum dan sesudah berdirinya alfamart. Sedangkan si peneliti ini berfokus pada analisis dampak keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.
8.	Skripsi oleh Febri Wulansari (2020)	Dampak keberadaan minimarket terhadap pedagang pasar tradisional	Adapun persamaannya yakni sama-sama ingin mengetahui dampak dengan adanya minimarket terhadap para pelaku usaha.	Perbedaannya yakni terletak pada objek penelitain. Pada penelitian terdahulu meneliti para pedagang pasar tradisional dan peneliti meneliti para

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				usaha toko kelontong.
9.	Skripsi oleh Septa Hussurur (2020)	Analisis dampak pertumbuhan minimarket terhadap pedagang kelontong dalam perspektif ekonomi islam	Persamaan penelitian dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan pendekatan analisis dekriptif kualitatif.	Perbedaan ini dapat dikaitkan dengan fokus penelitian. Pemeriksaan ide-ide ekonomi Islam adalah bagian dari penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan minimarket. Meskipun analisis pengaruh keberadaan minimarket bagi keberlanjutan toko kelontong dengan tidak dinilai dari perspektif Ekonomi Islam menjadi penekanan utama kesulitan peneliti.

Sumber: Data diolah 2022

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian saat ini dan yang akan datang oleh penulis berdasarkan berbagai jenis penelitian sebelumnya. Dari tabel di atas perbedaannya terletak pada objek, area yang diperiksa, dan strategi eksplorasi yang digunakan. Secara umum, penelitian yang akan dilakukan telah diperbarui, begitu pula keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong. Strategi harga, barang, lokasi, dan promosi adalah empat aspek kunci kualitas yang digunakan pemilik toko kelontong dalam mengelola bisnis. Aspek- aspek ini ditentukan selama proses penjualan.

B. Kajian Toeri

1. Dampak

a. Pengertian Dampak

Pada hakikatnya toko modern dan toko tradisional mempunyai kelebihan masing-masing. Di toko tradisional mereka tetap mempertahankan harga yang sama meski tidak terlalu diminati pelanggan meski berpotensi merugikan karena tak terjual dan juga para pedagang di toko tradisional ini juga lebih matang dari segi pengalaman berdagang, sedangkan di toko modern masyarakat akan lebih tergiur jika terdapat diskon meskipun dengan harga mahal. Salah satu keunggulan toko modern atas toko tradisional adalah ketika hendak membeli masyarakat bisa mengambil apa yang hendak mereka beli sesuai dengan keinginan mereka.³⁰

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap pengambilan keputusan seseorang biasanya akan memiliki dampak baik positif atau negatif. Dampak merupakan suatu akibat yang disebabkan oleh sesuatu dan mempengaruhi keadaan seseorang atau kelompok.³¹

Dampak menurut waralah Rd Cristo adalah sesuatu yang diakibatkan sesuatu yang dilakukan, bisa positif ataupun negatif atau pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.

³⁰ Endi Sarwoko, "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di wilayah Kabupaten Malang," *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 4, no.2 (2018): 4.

³¹ OK Laksamana Lutfi, "Dampak Keberadaan Indomaret terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan," *Journal of Economic Education* 2, no.1(2013): 5.

Menurut Mangkusbroto, dampak eksternal dapat dibagi menjadi dua, yaitu eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Jadi, yang dimaksud dengan eksternalitas positif adalah dampak yang menguntungkan dari suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu pihak terhadap orang lain tanpa adanya kompensasi dari pihak yang diuntungkan. Sedangkan eksternalitas negatif apabila dampaknya bagi orang lain yang tidak menerima kompensasi yang sifatnya merugikan.³²

Dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif ataupun negatif. Menurut Otto Soemarto dampak adalah pengaruh suatu kegiatan. Sedangkan menurut Hiro Tugiman dampak adalah sesuatu yang bersifat objektif. Dampak merupakan sebuah konsep pengawasan internal sangat penting, yang dengan mudah diubah menjadi sesuatu yang dipahami dan ditangani secara serius oleh manajemen.³³

Dampak menurut Gorys Keraf dan Otto Soemarwoto adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif ataupun negatif. Sedangkan menurut Otto Soemarwoto menyatakan dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu

³² Guritno Mangkoesoebroto, *Ekonomi Publik*, BPFE (Yogyakarta: Gadjad Mada University Press, 2010), 10.

³³ Suharno dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2019), 243.

aktifitas.³⁴ Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik, maupun biologi dan aktifitas dapat bersifat pula dilakukan oleh manusia.³⁵

Menurut Soot dan Michell mengemukakan dampak merupakan suatu transaksi sosial dimana seorang atau kelompok orang di gerakkan oleh seseorang atau kelompok orang yang lainnya untuk melakukan kegiatan sesuai dengan harapan.³⁶ Dampak menurut JE. Hasio adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan.

Sedangkan menurut Dicktus dampak adalah ukuran tingkat pengaruh sosial, ekonomi, lingkungan, atau kepentingan umum lainnya yang dimulai oleh capaian kinerja setiap indikator dalam suatu kegiatan.³⁷ Berdasarkan pengertian tersebut maka dampak merupakan suatu perubahan yang nyata akibat dari keluarnya kebijakan terhadap sikap dan tingkah laku. Sedangkan menurut Irfan Islamy dampak adalah akibat-akibat dan konsekuensi yang ditimbulkan dengan dilaksanakannya kebijakan.

Dari penjabaran diatas maka dapat dibagi dampak kedalam dua pengertian yaitu:

³⁴ K Arina Ratu, “Dampak psikologis Hikikomori Pada Kalangan Remaja Di Jepang” (Skripsi, Universitas Darma persada, 2018), 7.

³⁵ Otto Soemarwoto, “Analisis Dampak Lingkungan”, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998), 43.

³⁶ Bambang Tri Kurnianto, “Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat akibat pengembangan lingkaran wilayah di Kabupaten Tulungagung,” *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Unita* 1, no.10 (2018): 7.

³⁷ Dicktus, “Definisi Dampak Pengenalan Hujan Asam Niken”, (2013), [http:// www. Scribd.com/ Search? query= definisi=dampak](http://www.Scribd.com/Search?query=definisi=dampak), 14 juli 2020. 2.

a. Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.³⁸

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berfikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya.

Dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan atau tidak mengakibatkan sesuatu yang merugikan bagi sesama manusia, lingkungan alam sekitar atau lingkungan alam, ataupun sesuatu yang berhubungan bisa mengakibatkan kerugian pada pihak lain. Dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan yang akan menguntungkan bagi sesama manusia dan lingkungan sekitar.

³⁸ K Khairun Nisa, "Dampak Komunikasi Awkarin Melalui Vlog karin Novilda Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2019). 27.

b. Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif.³⁹ Berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa dampak negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya. Dampak negatif adalah pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan akan mengakibatkan sesuatu yang tidak baik terhadap sesama manusia dan lingkungan sekitarnya, ataupun pengambilan keputusan itu mengakibatkan kerugian bagi sesama manusia dan lingkungan sekitarnya yang mengakibatkan kerugian dikemudian hari.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi dan memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.⁴⁰

Ancaman yang muncul dari keberadaan toko modern antara lain; pertama, mematikan penjual toko tradisisonal karena adanya pergeseran kebiasaan konsumen. Posisi yang berdekatan antar toko modern melalui keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan

³⁹ Suharno dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2019), 243.

⁴⁰ H Imro'atun "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kaki Lim di Sepanjang Jalan MT. Haryono Malang" (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2021), 17.

toko tradisional telah menyebabkan permasalahan perekonomian lokal. Perputaran uang di daerah, awalnya sebagian besar perputaran uang tersebut merupakan kontribusi dari UKM namun seiring dengan berkurangnya UKM akibat kalah bersaing dengan toko modern maka secara otomatis mengecikan kontribusi mereka.

2. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Seperti yang diketahui usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan dengan satu sama lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan pada umumnya dan khususnya dalam bidang pemasaran. Selain itu strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dalam lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran,

kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.⁴¹

Menurut Tjptono strategi pemasaran berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep strategimiliter seringkali ditetapkan dalam dunia bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu perusahaan. Sehingga strategi pemasaran adalah rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisis situasi dan tujuan-tujuan perusahaan untuk pencapaian tujuan tersebut.⁴²

Sedangkan menurut Assauri strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari

⁴¹ Radna Anggi, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: PT Grafindo Persada, 2019), 169.

⁴² Wahyudi dan Purnomo, Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada PT. Sentral Perkasa Jaya, *Journal Knowledge Industrial Engineering* 7, no.1 (2020): 20.

waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁴³

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah maka setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Seperti yang diketahui, strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secaratepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (objektives), dalam situasi persaingan tertentu. Dalam strategi pemasaran ini terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (marketing mix) yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.⁴⁴

⁴³ Augusti Gesta Nabila da Antje tuasela, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika," *Jurnal Kritis* 5, no.2 Edisi Oktober 2021.

⁴⁴ Marisis Butarbutar, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: Yayasan Kita Menulis, 2020), 169.

Keempat unsur atau variabel strategi acuan/bauran pemasaran tersebut adalah⁴⁵:

a. Strategi Produk

Produk adalah barang yang dibuat atau di produksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Produk juga disebut suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simboik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, dan merk ditambah jasa layanan dari penjual dan reputasi.

Menurut wangko produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemnuhan kebutuhan

atau keinginan pasar yang bersangkutan.⁴⁶ Dengan demikian, sebuah produk dapat berbentuk barang, tempat, orang, atau gagasan. Sedangkan menurut musfar produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk

⁴⁵ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cv Media sains Indonesia, 2020), 12.

⁴⁶ Doni Marlius, Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang, *Jurnal Pundi* 1, no.1 (2017): 59.

memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya.⁴⁷

Sesuatu yang termasuk dalam produk adalah jasa, peristiwa, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau campuran dari semua ini. Pada dasarnya, konsumen bukan hanya membeli sebuah produk. Mereka sebetulnya juga membeli kepuasan terhadap keinginannya dalam bentuk keuntungan yang diharapkan akan diterima. Maka dari itu kita harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat yang sesuai dengan pasar kita. Jadi selama fase pengembangan produk, pemasar harus melakukan penelitian ekstensif mengenai siklus hidup produk yang mereka ciptakan.

Suatu produk memiliki siklus hidup tertentu yang mencakup fase pertumbuhan, fase kematangan, dan fase penurunan penjualan. Penting bagi pemasar untuk menemukan

kembali produk yang tepat, membuat langkah strategis untuk memperluas produk saat ini dengan melakukan diversifikasi dan meningkatkan kedalaman lini produk tersebut.

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka

⁴⁷ Shandy Widjoyo Putro, dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no.1 (2020): 20.

panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan share pasar.

b. Strategi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan sebuah produk atau jasa.

Menurut Haryanto mendefinisikan harga dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh

konsumen. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dan harus memonitor harga barang, ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditetapkan perusahaan itu tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam definisi bauran pemasaran.⁴⁸

⁴⁸ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cv Media sains Indonesia, 2020), 13.

Menurut Hasan perspektif harga bagi konsumen merupakan keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen yang bersifat moneter yang digunakan untuk dapat memiliki, membeli, dan memanfaatkan kombinasi dari produk serta pelayanan yang ditawarkan oleh produk tersebut.⁴⁹ Ini juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Menyesuaikan harga produk memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran serta sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan produk.

Selanjutnya dalam menentukan harga, pendekatan klasik yang sering digunakan adalah melalui pendekatan penawaran dan permintaan. Akan tetapi, tidak jarang produsen dalam menentukan harga terlampaui berlebih-lebihan. Hal ini terjadi jika barang tersebut dimonopoli suatu perusahaan sehingga dia

dapat mengendalikan harga semauanya. Akan tetapi, pada bagian lain konsumen juga tidak jarang menghargakan suatu barang jauh di bawah harga yang sebenarnya.

Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam share pasar perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain,

⁴⁹ Hesty Nurul Utami dan Iqbal Fauzi Akbar Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis," *Jurnal Ecodemica* 2, no.1 (2018): 139.

penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Pada dasarnya merupakan daerah sensitif sekalipun, jika sebuah perusahaan baru mengenal pasar dan produknya belum dikenal luas, tidak mungkin target pasar akan bersedia membayar harga tinggi. Meskipun konsumen mungkin bersedia di masa depan untuk menyerahkan sejumlah besar uang, pasti akan sulit membuat mereka melakukannya pada awal produk dipasarkan.

Harga selalu membantu membentuk persepsi produk di mata konsumen. Selalu ingat bahwa harga rendah biasanya berarti barang inferior di mata konsumen karena membandingkannya dengan pesaing. Akibatnya, harga yang terlalu tinggi akan membuat biaya lebih besar dari pada manfaat di mata pelanggan.

Saat menetapkan harga sebuah produk, pemasar harus mempertimbangkan nilai yang dirasakan yang ditawarkan produk. Ada tiga strategi penetapan harga utama yaitu:

- a. Harga penetrasi pasar
- b. Pasar menggelapkan harga
- c. Harga netral

c. Strategi Tempat

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah di akses oleh pembeli potensial. Hal tersebut datang dengan pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan, pahami mereka dari dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang paling efisien yang dapat berbicara langsung dengan pasar kita.⁵⁰ Menurut Kotler dan Keller strategi tempat adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.⁵¹

Secara umum ada tiga strategi distribusi, yaitu:

- a. Distribusi intensif
- b. Distribusi eksklusif
- c. Distribusi selektif

d. Strategi Promosi

Promosi dalam bentuk apa pun merupakan suatu usaha untuk mempengaruhi pihak lain. Secara lebih spesifik, promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan.

Kinney dan Kenneth mendefinisikannya sebagai sebuah

⁵⁰Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cv Media sains Indonesia, 2020), 15.

⁵¹ Yoga Febryan Prabowo, "*Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smratfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan*" (skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2018), 17.

mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual. Promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan brand recognition dan penjualan.⁵²

Promosi dilakukan perusahaan untuk mebujuik atau mempengaruhi calon pemebeli dan pelanggan untuk melakukan pemebelian atas produk yang dipasrakan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen. Promosi menurut Mandey adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan alon konsumen tentang barang dan jasa. Sedangkan menurut Syahbani dan Widodo salah satu contoh media promosi online yang saat ini dianggap efektif untuk memasarkan produk adalah media sosial online yang mampu mempengaruhi minat beli konsumen.⁵³

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi dikenal dengan disebut acuan/bauran promosi (promotional mix), yang terdiri dari advertensi, personal selling, promosi penjualan, dan pubisitas.

⁵² Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cv Media sains Indonesia, 2020), 17.

⁵³ Hesty Nurul Utami dan Iqbal Fauzi Akbar Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis," *Jurnal Ecodemica* 2, no.1 (2018): 167.

Promosi terdiri dari berbagai elemen seperti:

- a. Periklanan
- b. Promosi penjualan
- c. Hubungan masyarakat
- d. Publisitas
- e. Event sponsorship
- f. Penjualan langsung

Periklanan biasanya mencakup metode komunikasi yang dibayar seperti iklan televisi, iklan radio, media cetak, dan iklan internet. Di zaman sekarang, sepertinya ada pergeseran fokus offline ke online. Periklanan adalah bentuk promosi yang paling banyak dilakukan. Perusahaan umumnya tidak menerapkan semua bentuk promosi atas, namun tidak ada perusahaan yang meninggalkan periklanan.

Perusahaan melakukan promosi penjualan dalam bentuk

diskon dan hadiah langsung. Perusahaan dapat meningkatkan popularitas dan citra produknya melalui sponsorship.

Perusahaan juga menginformasikan produknya secara langsung kepada konsumen melalui berbagai media. Hubungan masyarakat di sisi lain adalah komunikasi yang biasanya tidak dibayar, termasuk siaran pers, pameran, seminar, konferensi, dan acara.

3. Minimarket

Di kehidupan modern masyarakat saat ini kebutuhan primer atau pangan semakin dibutuhkan walaupun apa yang ingin di cari tersebut hanyalah berupa makanan ringan. Pada era sebelumnya untuk mendapatkan kebutuhan sehari-hari masyarakat perlu berpergian ke pasar tradisional atau bahkan ke supermarket yang persebarannya tidak banyak di kota.

Dalam definisinya minimarket adalah toko atau swalayan kecil yang menjual sebagian besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen dengan luasan radius sales area antara 100 hingga 1000m². Minimarket termasuk ke dalam toko modern, toko modern juga didefinisikan sebagai toko yang dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang, yang berbentuk pertokoan, mall, plaza, dan pusat perdagangan.⁵⁴

Mini market merupakan perantara pemasar antara produsen dan konsumen akhir dimana aktivitasnya adalah melaksanakan penjualan eceran. Menurut Hendri Ma'ruf, pengertian toko swalayan atau minimarket adalah : “ Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung “. ⁵⁵ Sebagai mini market yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana

⁵⁴Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

⁵⁵Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: PT gramedia Pustaka Utama, 2006), 84.

dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Tata letak pada minimarket dapat mempengaruhi sirkulasi kembali untuk berbelanja.

Minimarket ini juga di artikan sebagai sebuah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Minimarket mempunyai jenis usaha dalam perusahaannya. Terdapat 2 jenis usaha yang biasa ada di kalangan masyarakat diantaranya adalah usaha minimarket yang bersifat Waralaba atau , dan usaha minimarket yang bersifat reguler atau milik perusahaan tertentu tidak bekerja sama dengan perseorangan.⁵⁶

Barang yang dijual di minimarket memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-arang lokal, minimarket juga menyediakan barang impor. Secara kuantitas, minimarket mempunyai persediaan barang digudang yang terukur. Dari segi harga, minimarket memiliki label harga yang pasti, dan di minimarket juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara tempat parkir yang aman dan tempat yang bersih dan nyaman.

Kadang-kadang suasana yang nyaman bersih dan segar lebih diutamakan dari pada hanya sekedar harga rendah yang belum tentu

⁵⁶ Utami, Chistia Whidya, *Manajemen Ritel, Startegi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 12.

dapat menjamin kelangsungan hidup dari minimarket tersebut. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pengusaha minimarket ini untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian yaitu dengan cara promosi.

4. Toko kelontong

Toko kelontong tergolong dalam kategori usaha kecil. Usaha kecil dalam arti umum di Indonesia, terdiri atas usaha kecil menengah (UKM) maupun industri kecil (IK). Menurut Badan Pusat Statistik, UKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang.⁵⁷ Sebagaimana yang dikatakan Hubeis usaha kecil dalam arti umum di Indonesia, terdiri atas usaha kecil menengah (UKM), maupun industri kecil (IK) telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional, yaitu mempercepat pemtaan pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat.⁵⁸

Toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri yaitu dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong adalah sebagai kasir juga.

⁵⁷ Multazam, "Analisis Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan" (Skripsi UIN Alaudin Makassar, 2016), 12.

⁵⁸ Siti Rahmatia, "Analisis Nilai Tambah Produk Kerupuk Udang Pada Industri Rumahan Di Desa Muara Pantuan," *Ejournal Administrasi Bisnis*, (2018):269.

Toko kelontong dapat dikatakan juga sebagai usaha mikro disesuaikan dengan pengertian menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.⁵⁹

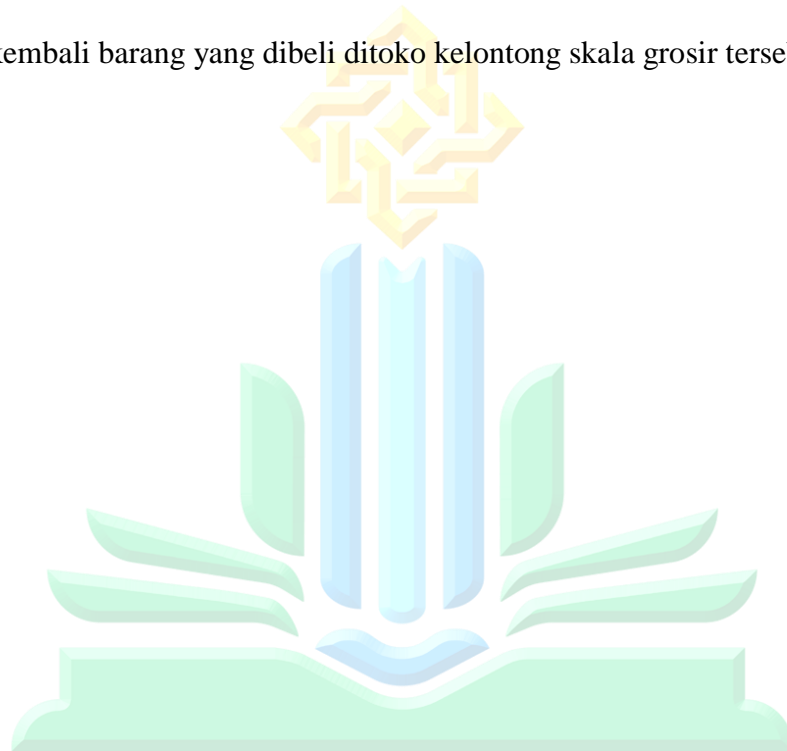
Sedangkan pedagang diartikan sebagai orang atau badan yang membeli, menerima, atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk dijual. Definisi pedagang kecil oleh departemen perindustrian dan perdagangan yaitu usaha yang bergerak dibidang perdagangan dan jasa komersial yang memiliki modal kurang dari Rp. 80 juta. Pedagang kecil dapat diartikan sebagai toko/warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga, seperti Sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Pedagang kecil di temukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahan, dan sering di temui di dalam gang.⁶⁰

Pedagang toko kelontong dapat dibagi atas pedagang grosir, dan pedagang eceran. Pedagang eceran merupakan pedagang toko kelontong yang menjual barang secara langsung kepada konsumen yang akan

⁵⁹ Santi Pertiwi Hari Sandi, Mumun Maemunah, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang," *Journal UPB Karawang*, Vol.5, No.1(2019): 141.

⁶⁰ Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2019), 43.

langsung menggunakan barang tersebut atau tidak dijual kembali pada umumnya pedagang toko kelontong skala eceran ini memiliki modal usaha yang relative tidak besar. Pedagang grosir merupakan pedagang toko kelontong yang menjual barang bersifat partai besar atau banyak. Konsumen yang datang biasanya adalah konsumen yang ingin menjual kembali barang yang dibeli ditoko kelontong skala grosir tersebut.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan analisis yang berkualitas, diperlukan metodologi dan teknik penelitian yang mendukung tujuan utama penelitian. Pendekatan sistematis untuk mengumpulkan informasi dalam rangka dan ambisi yang jelas adalah metodologi penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa sistem dapat digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian serta dipertanggungjawabkan.⁶¹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik subjektif dan jenis pemeriksaan yang jelas. Metode penelitian kualitatif, hal-hal yang diteliti lebih detail atau terpisah dari fenomena lain. Analisis menggunakan metode kualitatif sangat berhasil, serta mencari jawaban ke bidang focus penelitian studi. Dalam Penelitian kualitatif ini manusia adalah sebagai sumber data utama. Dengan dipilihnya pendekatan kualitatif ini peneliti dapat melihat bahwa masalah akan diteliti dan dapat tumbuh secara alamiah tergantung pada situasi dan kondisi di lapangan. Peneliti juga percaya bahwa pendekatan alamiah akan mendorong peneliti untuk menghasilkan banyak data.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dimana penelitian akan dilakukan dikenal dengan nama lokasi penelitian. Biasanya, informasi tentang lokasi (seperti desa,

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2019), 2.

organisasi, acara, atau teks) disertakan dalam wilayah. dan digunakan untuk penelitian.⁴⁵ Peneliti terlebih dahulu melakukan survei sebelum memulai penelitian yang sebenarnya. Peneliti akan mengidentifikasi area isu yang ada di lokasi penelitian.

Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember, dimana penelitian ini dilakukan. Pemilihan tempat penelitian didasarkan pada fakta bahwa Pertama, Desa Pringgowirawan termasuk desa terpadat di wilayah kecamatan. Kedua, Desa Pringgowirawan nyaman untuk melakukan penelitian tersebut. Ketiga, Minimarket di desa ini relatif banyak, dengan jumlah 7. Keempat, Desa Pringgowirawan termasuk desa yang memiliki jumlah toko kelontong terbanyak.

C. Subyek Penelitian

Subyek Penelitian atau informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. “*Purposive sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.”⁶² Adapun beberapa pertimbangan tertentu yang dilakukan yaitu :

1. Toko kelontong yang beroperasi sebelum dan sesudah adanya toko modern di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.
2. Toko kelontong dan Minimarket yang berada di dalam satu kawasan di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 300.

3. Pedagang toko tradisional yang menjual barang dengan jumlah dan barang yang diperjual belikan sama dengan di minimarket yang ada di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.

Berikut nama informan yang memberikan informasi untuk penelitian ini yaitu:

1. Ibu Ina sebagai pemilik usaha toko kelontong.
2. Ibu Jupen sebagai pemilik usaha toko kelontong.
3. Bapak Abdi sebagai pemilik usaha toko kelontong.
4. Bapak Ishaq sebagai pemilik toko kelontong.
5. Bapak Suntono sebagai pegawai toko kelontong.
6. Bapak Juma'an sebagai pegawai toko kelontong

D. Teknik Pengumpulan Data

Karena merupakan tujuan utama dari penelitian, maka proses pengumpulan data merupakan bagian terpenting dari proses tersebut. Peneliti tidak akan dapat mengumpulkan data yang cukup jika mereka tidak memahami metodologi pengumpulan data. Adapun metode mengumpulkan informasi untuk dipelajari kualitatif meliputi: pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Maka dapat deskripsi dari setiap data yang dikumpulkan melalui teknik tersebut.

1. Observasi

Observasi adalah suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur terstandar. Menurut

Margono, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian.⁶³

Dalam penelitian ini menggunakan observasi non-partisipan dalam pengumpulan datanya. Jadi dalam hal ini peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Berbagai jenis pengamatan dalam studi ini merupakan jenis pengamat saja. Akibatnya peneliti hanya berperan sebagai pengamat terhadap objek penelitian dan tidak terlibat langsung dengan tindakan responden. Peneliti benar-benar mengasah keterampilan pengamatannya saat mengamati objek dalam pengamatan ini. Untuk menjamin data yang dihasilkan akurat dan konsisten dengan kenyataan. Hal-hal yang akan dilihat oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

- a. Dampak positif dari keberadaan minimarket modern untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.
- b. Dampak negatif dari keberadaan minimarket modern untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.
- c. Upaya yang dilakukan oleh para pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember dalam mempertahankan usahanya.

⁶³ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 158.

2. Wawancara (*Interview*)

Dalam pembelajaran, salah satu cara untuk mengumpulkan informasi adalah melalui wawancara. Rapat dapat mengukur hingga pertemuan antara dua individu untuk berbagi informasi dan pemikiran yang mengembangkan kepentingan dalam topik tertentu. Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur dalam metode ini, dimana peneliti tidak mengikuti pedoman wawancara yang digunakan hanyalah daftar pertanyaan yang akan diajukan.⁶⁴ Berikut yakni wawancara yang harus dilakukan peneliti:

- a. Mengenai dampak positif keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong.
- b. Mengenai dampak positif keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong.
- c. Mengenai upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha toko kelontong dalam mempertahankan usahanya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, foto, karya-karya monumental dari seseorang, atau sebagainya. Teknik dokumenter merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data, arsip-arsip, serta catatan-catatan tentang seluk

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 304-306.

beluk suatu objek penelitian.⁶⁵ Jika didukung oleh bukti, temuan lebih dapat diandalkan untuk mendasarkan penelitian pada observasi atau wawancara. Pendokumentasian semacam ini melibatkan pengumpulan data melalui penggunaan gambar aksi, informasi pendukung, dan sarana yang pada saat wawancara adalah orang lain diperoleh. Adapun data yang ditemukan dalam dokumentasi adalah:

- a. Gambaran umum Desa Pringgowirawan
- b. Penduduk Desa Pringgowirawan
- c. Profil Toko Kelontong
- d. Gambaran umum pemilik toko kelontong, hingga
- e. Informasi terkait tambahan dikumpulkan dari berbagai sumber, yang keandalannya diperiksa untuk mendukung analisis item studi.

E. Analisis Data

Bogdan mengatakan bahwa pembelajaran data kualitatif adalah *“The process of meticulously looking through and organizing interview transcripts, fieldnotes, and other materialstahtyou accomulateo inscrease to help you comprehend them and make it possible for you to share what you learn with others”*. Proses mencari cara untuk memudahkan memahami informasi dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber lain serta menarik kesimpulan dan mengomunikasikannya kepada orang lain dikenal dengan analisis data.⁶⁶ Menyortir informasi, mendeskripsikannya dalam satuan, memadukannya, menggabungkannya ke dalam desain, memilih

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 314.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 319.

contoh mana yang kritis dan mana yang akan dipelajari, dan mencapai penentuan yang dapat diakui adalah langkah-langkah selama pemeriksaan informasi.

Analisis data bisa dikatakan adalah metode pengelolaan data dengan cara terlebih dahulu mencari data kemudian dilakukan menurut urutan metode yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Miles dan Huberman mengatakan bahwa ada empat aliran aktivitas tindakan simultan yang berbeda dalam analisis data.⁶⁷

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Kegiatan utama pada setiap Pengumpulan data dilakukan dalam penelitian. Data dikumpulkan dalam investigasi kualitatif dengan menggunakan wawancara dan observasi, ketelitian dan dokumentasi. Banyak kumpulan data terkumpul karena dilakukan selama sehari-hari atau bahkan berbulan-bulan. Sejak awal, peneliti melakukan pemeriksaan luas terhadap objek yang diselidiki, mencatat semua yang dilihat dan di dengar dicatat masing-masing. Karena itu peneliti akan menerima banyak informasi yang beragam.

2. Reduksi Data (Data Reduction)

Informasi dikumpulkan cukup di lapangan sedikit, yang membuat pencatatan yang hati-hati dan menyeluruh menjadi penting. Seperti yang

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 321-330.

telah dicatat sebelumnya, semakin lama seorang peneliti menghabiskan waktu di subjek, semakin banyak data yang didapat. dan kompleks. Hal ini menuntut penyelesaian segera reduksi data untuk analisis data. Reduksi data memerlukan pemilihan, meringkas, dan hal-hal penting menfokuskan carilah tema dan pola dalam hal-hal yang signifikan. Hasilnya, data yang dipadatkan akan menyajikan meningkatkan kejelasan dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data tambahan dan mencarinya sesuai kebutuhan. Kompresi analisis data adalah prosedur yang rumit dengan membutuhkan kecerdasan dan tingkat keluasan serta wawasan yang mendalam. akademisi baru memulai reduksi data dapat membicarakannya dengan teman atau pakar lainnya.

3. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data Miles dan Huberman menyebutkan di sini adalah kumpulan data terorganisir yang memungkinkan untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa diagram alir, diagram hubungan antar kategori, dan representasi visual lainnya.

4. Penarikan Simpulan (Concluding Drawing)

Langkah keempat dari analisis menurut Miles dan Huberman, data kualitatif digunakan untuk inferensi dan konfirmasi. menyajikan kesimpulan pertama ini masih sementara. Jika tidak konklusif yang ditemukan serta ini membantu dalam pengumpulan data berikutnya.

Namun, saat ketika para peneliti kembali ke tempat kejadian untuk mengumpulkan informasi, mereka menemukan bahwa temuan awal dikonfirmasi oleh bukti itu andal dan konsisten. Sehingga kesimpulan yang ditarik adalah kesimpulan yang valid.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data menjelaskan tindakan yang akademisi untuk memastikan keakuratan kesimpulan data.⁶⁸ Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi. “Triangulasi adalah teknik bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada”.⁶⁹

Triangulasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

1. Triangulasi teknik, yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai pendapat atau pandangan dari berbagai sumber data/informan.

Dengan demikian triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks kenyataan yang ada dalam suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan

⁶⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2019), 48.

⁶⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 241.

kata lain, bahwa teknik triangulasi peneliti dapat mengecek temuannya dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber dan metode.

G. Tahap-tahap Penelitian

Untuk melaksanakan proses penelitian dari awal hingga akhir, diperlukan beberapa tahapan-tahapan tersebut sebagai perencanaan sebelum terjun langsung pada lapangan. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tahapan prapenelitian lapangan

Langkah awal yang dilakukan Untuk menemukan masalah, peneliti harus mencari literature yang relevan. Peneliti mengangkat judul kejadian yang ada di desa tersebut. “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember”.

- A. Menentukan lokasi studi
- B. Mengembangkan rencana penelitian
- C. Mengurus perizinan penelitian
- D. Mempersiapkan perlengkapan penelitian

2. Tahap pelaksanaan

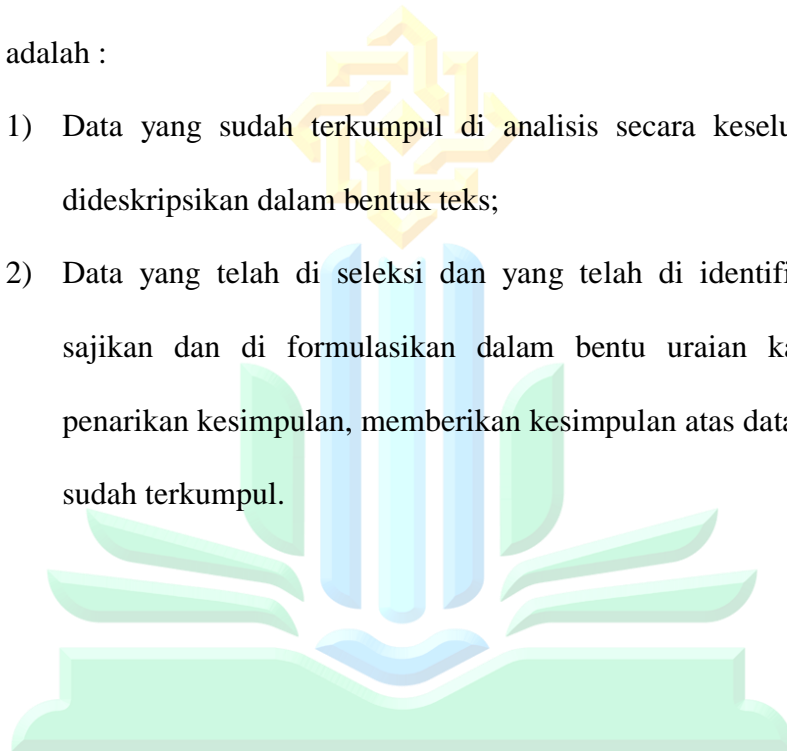
Peneliti akan memasuki objek penelitian setelah mendapat izin dan segera memulai pengumpulan data. Dalam pemeriksaan pengarahannya, persepsi, pertemuan dan catatan ang digunakan untuk

mengumpulkan informasi agar lebih mengenal kejadian-kejadian yang terjadi secara local.

3. Tahap analisa data

Setelah data lapangan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah tahap analisis data, pada tahap ini aktivitas yang akan dilakukan adalah :

- 1) Data yang sudah terkumpul di analisis secara keseluruhan dan dideskripsikan dalam bentuk teks;
- 2) Data yang telah di seleksi dan yang telah di identifikasikan di sajikan dan di formulasikan dalam bentuk uraian kalimat dan penarikan kesimpulan, memberikan kesimpulan atas data-data yang sudah terkumpul.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Pringgowirawan

Wilayah Desa Pringgowirawan terletak di sebelah paling barat dari Kabupaten Jember. Desa Pringgowirawan ini memiliki luas 845.355 ha, yang memiliki jumlah penduduk :

- 1) Laki-laki : 6.432 Jiwa
- 2) Perempuan : 6.670 Jiwa
- 3) Kepala Keluarga : 4.570 Jiwa

Jumlah penduduk keseluruhan sebanyak 13.104 Jiwa, yang terdiri dari 15 Rukun Warga dan 76 Rukun Tetangga, kantor desa Pringgowirawan di pimpin oleh seorang bapak yang bernama H. Halim, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Karangbayat Kecamatan Sumberbaru

Sebelah Timur: Desa Pondok Dalem Kecamatan Sumberbaru

Sebelah Selatan : Desa Rowotengah Kecamatan Sumberbaru

Sebelah Barat : Desa Yosorati Kecamatan Sumberbaru

Desa Pringgowirawan terletak di Kecamatan Sumberbaru, yang memiliki 10 Desa yakni :

- a. Desa Kaliglagah
- b. Desa Karangbayat
- c. Desa Pringgowirawan
- d. Desa Sumberagung
- e. Desa Yosorati
- f. Desa Gelang
- g. Desa Jambesari
- h. Desa Jamintoro
- i. Desa Jatiroto

2. Penduduk

a. Komposisi Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelaminnya, penduduk di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru dapat dikategorikan menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Distribusi penduduk Kecamatan Sumberbaru berdasarkan jenis kelaminnya disajikan dalam

tabel berikut ini:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk

Jumlah Penduduk			% Laki-laki	% Perempuan	% Total
Laki-laki	Perempuan	Jumlah			
7.482	7.584	15.006	47%	53%	100%

Sumber : Data Sekunder yang diolah desa Pringgowirawan

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, data penduduk laki-laki lebih sedikit dibanding dengan jumlah penduduk perempuan walaupun perbedaan tidak terlalu signifikan. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 7.482 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 7.584 jiwa.

b. Karakteristik Penduduk Menurut Umur Produktif dan Non Produktif

Berdasarkan usia produktifnya, penduduk Desa Pringgowirawan dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu penduduk usia 0-14 tahun, 15-64 tahun, dan penduduk usia 65 tahun atau lebih. Distribusi penduduk berdasarkan usianya, dapat ditabulasikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Penduduk Menurut Umur

Kelompok umur	Jumlah	Presentase
0-14 tahun	3.220 Jiwa	25%
15-39 tahun	6.015 Jiwa	40%
40-54 tahun	3.102 Jiwa	25%
55-69 tahun	1.965 Jiwa	10%
Jumlah	14.302 Jiwa	100%

Sumber : Data Sekunder yang diolah Desa Pringgowirawan

Menurut tabel di atas, ada 3.220 orang dalam kelompok usia 0-14, atau 25% dari populasi, dibandingkan dengan 6.015 orang dalam kelompok usia produktif. 1.965 orang, atau 10%, dari populasi di desa

Pringgowirawan berusia di atas 65 tahun. Di Desa Pringgowirawan, penduduk usia produktif lebih besar dibandingkan dengan usia non-produktif.

3. Profil Toko Kelontong

A. Profil Toko Kelontong RBK Sumber Rejeki

a. Latar Belakang

Usaha toko kelontong merupakan jenis usaha yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sehari-hari. Meskipun terbilang sederhana toko kelontong ini sebenarnya merupakan peluang usaha yang sangat menjanjikan.

Toko RBk Sumber Rejeki adalah salah satu toko kelontong yang telah berdiri sejak tahun 1985. Toko ini adalah milik salah satu keluarga yang bernama Bapak Ishaq yang dahulunya berdiri di pasar seperti halnya toko kelontong pada umumnya. Namun karena

banyaknya masyarakat yang antusias berbelanja dan juga membutuhkan toko yang lebih luas maka toko milik keluarga bapak Ishaq ini sejak tahun 2000 berpindah di samping rumah.

Seiring berkembangnya era digital seperti saat ini, masyarakat dimudahkan berbelanja kebutuhan pokok. Hal ini menyebabkan para pemilik usaha harus cerdas dalam menaggunnya agar tidak kalah bersaing dengan usaha sejenis yang lebih modern. Maka dari itu saat ini toko kelontong RBK Sumber Rejeki berinovasi dengan

menyediakan layanan pesan antar ke kebutuhan rumah tangga para konsumen dengan sistem pelayanan online melalui whatsapp disamping tetap membuka toko kelontong setiap hari.

Selain itu, toko RBK Sumber Rejeki ini juga berupaya untuk menyediakan kebutuhan pokok yang paling lengkap dengan harga jual yang sangat terjangkau dibandingkan dengan toko kelontong yang lain.

b. Visi

Menjadikan toko kelontong RBK Sumber Rejeki ini toko yang dapat memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

c. Misi

- Mendapatkan penghasilan
- Menjadikan toko RBK Sumber Rejeki lebih berkembang
- Mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya

d. Profil Usaha

Di toko kelontong RBK Sumber Rejeki milik Bapak Ishaq ini menjual berbagai bahan pokok sehari-hari seperti beras, minyak, gula, telur, rokok ecer dan grosir, kopi sachet grosir dan eceran, gas lpg, aqua galon, minuman ringan grosir dan eceran, makanan ringan grosir dan eceran, peralatan mandi mulai dari sabun mandi,

ordol, sabun cuci, dan peralatan mencuci, dan kebutuhan pokok lainnya.

e. Strategi Usaha

- Segmentasi harga bagi kalangan ibu rumah tangga
- Segmentasi kebutuhan pokok bagi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa

f. Manajemen Usaha

Usaha milik Bapak Ishaq dikelola langsung oleh keluarga Bapak Ishaq dengan dibantu tiga pegawai, dalam persediaan barang-barang toko RBK Sumber Rejeki milik bapak Ishaq biasanya di kirim oleh sales yang berasal dari dalam ataupun luar kota sehingga persediaan barang di toko milik Bapak Ishaq sangat lengkap.

g. Modal Usaha

Toko Kelontong bapak Ishaq memulai usaha dengan modal awal sebesar Rp 200.000.000 untuk melakukan penjualan pertama yang bertempat di pasar pada tahun 1985 yang mana sejak tahun 2000 berpindah tempat di samping rumah untuk dapat memperluas tempat usaha.

h. Harga Jual

Barang-barang yang dijual di Toko RBK Sumber Rejeki mulai dengan harga Rp 5.000 tergantung barang atau kebutuhan yang dibeli pelanggan.

i. Pembagian Keuntungan

Bapak Ishaq sendiri sebagai pemilik usaha mendapatkan keuntungan sebesar 10% dari keuntungan yang didapatkan dalam setiap penjualan di setiap harinya.

B. Profil Toko Kelontong Abdi

a. Latar Belakang

Membuka toko kelontong merupakan alternatif yang tepat karena membuka usaha bisnis toko kelontong adalah pilihan yang hampir tidak mengandung resiko tinggi, di karenakan kebutuhan akan bahan pokok atau sembako manusia akan semakin meningkat

dan tidak pernah kurang. Meskipun sudah banyak toko-toko kelontong yang muncul akhir-akhir ini, namun saya tidak takut untuk membuka usaha ini. Menurut saya, asalkan ramah dalam pelayanan dan harus sedikit murah dari toko-toko lain dalam menjual aneka kebutuhan bahan pokok.

Toko Kelontong Bapak Abdi merupakan salah satu UMKM yang berjalan dalam bidang kebutuhan pokok, dimana toko ini memiliki berbagai kebutuhan pokok masyarakat yang beralamat di

Dusun Wedusan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Toko Kelontong milik Bapak Abdi ini sudah berdiri mulai tahun 1973, dimana sebelumnya Bapak Abdi bekerja sebagai petani. Toko kelontong Bapak Abdi ini adalah toko turun menurun dari keluarga. juga sempat berjualan di teras rumahnya, namun di rasa kurang luas jadi Ibu Ina berpikir membangun Toko sendiri dengan alat-alat seadanya untuk menyimpan barang-barang jualannya.

Yang dibutuhkan hanya keberanian dan keuletan, serta kualitas dari barang-barang yang kami jual. Dengan alasan itulah kami membuat usaha ini.

b. Visi

- Dapat mengembangkan usaha ini, hingga dapat membuka sebuah toko yang besar di Kota Juwana ini.
- Menjadikan toko yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya serta memberikan pelayanan kepuasan yang lebih bagi pelanggannya.
- Menjadikan toko kelontong ini tidak kalah hebatnya dengan toko-toko kelontong lainnya.

c. Misi

- Dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

- Mendapatkan kepuasan dari masyarakat.
- Memperoleh keuntungan.
- Berusaha mengecilkan tingkat pengangguran.
- Berusaha memberikan kepuasan sebaik-baiknya kepada konsumen.

Adapun tujuan utama dari membuka usaha kelontong ini yaitu untuk melatih diri dalam membuat usaha sendiri kedepannya dan menambah pengalaman untuk usaha kecil.

d. Profil Usaha

Di toko kelontong Abdi milik keluarga bapak Abdi ini menjual berbagai bahan pokok sehari-hari seperti beras, minyak, gula, telur, rokok ecer, kopi sachet, gas lpg, aqua kardus, minuman ringan grosir dan eceran, makanan ringan grosir dan eceran, peralatan mandi mulai dari sabun mandi, ordol, sabun cuci, dan peralatan mencuci, dan kebutuhan pokok lainnya.

e. Strategi Usaha

- Segmentasi harga bagi kalangan ibu rumah tangga
- Segmentasi kebutuhan pokok bagi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa

f. Manajemen Usaha

Usaha milik Bapak Abdi dikelola langsung oleh keluarga bapak Abdi sendiri. Dalam persediaan barang-barang toko kelontong milik bapak Abdi biasanya berbelanja di toko grosir besar di daerah kota.

g. Modal Usaha

Toko Kelontong bapak Abdi memulai usaha dengan modal awal sebesar Rp 40.000.000 untuk melakukan penjualan pertama yang bertempat di samping rumah.

h. Harga Jual

Barang-barang yang dijual di toko milik Bapak Abdi mulai dengan harga Rp 500 tergantung barang atau kebutuhan yang dibeli pelanggan.

i. Pembagian Keuntungan

Bapak Abdi sendiri sebagai pemilik usaha mendapatkan keuntungan sebesar 10% dari keuntungan yang didapatkan dalam setiap penjualan di setiap harinya.

C. Profil Toko Kelontong Agung Makmur

a. Latar Belakang

Wirausaha membuat suatu toko kelontong merupakan bentuk usaha yang paling dicari oleh para konsumen khususnya para ibu rumah tangga karena di dalam toko tersebut menyediakan barang-barang keperluan sehari-hari baik berupa makanan pokok dan perlengkapan yang diperlukan tiap harinya misalkan beras, minyak goreng, telur, sikat gigi, pasta gigi, sabun, dll. Diantara barang itu semua pasti setiap orang memerlukannya.

Toko Agung Makmur sendiri adalah toko milik Ibu Jupen yang telah berdiri sejak tahun 2005. Toko Agung makmur terletak pada Dusun Wedusan Wedusan RT 003/ RW 001, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Awal mula ibu Jupen membuka toko kelontong ini adalah inisiatif dari suami beliau. Pada tahun 2005 ibu Jupen membuka toko kelontong di

samping rumahnya dengan juga memproduksi minuman rasa. Namun seiring berjalannya waktu karena berkurangnya pelanggan dan juga berkembangnya zaman ibu Jupen memutuskan untuk berpindah tempat ke tempat yang lebih strategis. Sejak tahun 2010 inilah ibu Jupen memutuskan pindah lokasi tepat di pinggir jalan raya. Dengan berpindah inilah toko Agung Makmur milik ibu Jupen berkembang dengan pesat.

b. Visi

Menjadikan kebutuhan semua orang terpenuhi

c. Misi

Prioritas kebutuhan anda adalah prioritas kami disetiap waktu sibuk, karena kebutuhan pokok adalah kebutuhan yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari anda, anda prioritas kami.

d. Profil Usaha

Di toko kelontong Agung Makmur milik Ibu Jupen ini menjual berbagai bahan pokok sehari-hari seperti beras, minyak, gula, telur, terigu (sembako), susu kaleng, saos, kecap, kertas minyak, sterofom, obat-obatan, minuman sachet grosir dan eceran, makanan ringan grosir dan eceran, tisu, kebutuhan bayi, peralatan mandi dan cuci piring mulai dari sabun mandi, pasta gigi, sabun cuci baju, sabun cuci piring, menjual rokok grosir dan eceran, dan juga membuka toko peralatan elektronik seperti lampu, kipas angin, kabel, dan lain sebagainya.

e. Strategi Usaha

- Segmentasi harga bagi kalangan ibu rumah tangga dan anak-anak
- Segmentasi kebutuhan pokok bagi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa

- Segmentasi kebutuhan peralatan listrik

f. Manajemen Usaha

Usaha milik Ibu Jupen dikelola langsung oleh keluarga Ibu Jupen dan juga satu pegawai toko, dalam persediaan barang-barang toko Ibu Jupen biasanya adanya pengiriman dari seles dalam kecamatan hingga luar kecamatan sehingga persediaan barang Toko Kelontong Ibu Jupen cukup lengkap.

g. Modal Usaha

Toko Kelontong Ibu Jupen memulai usaha dengan modal awal sebesar Rp 100.000.000 untuk melakukan penjualan pertama yang dibuka di samping rumah dengan hanya satu toko, kemudian seiring berjalannya waktu membuka toko kelontong dengan berpindah tempat yang lebih strategis bertepatan di pinggir jalan raya dan menambah toko peralatan elektronik.

h. Harga Jual

Barang-barang yang dijual di Toko Kelontong Ibu Jupen mulai dengan harga Rp 1000 tergantung barang atau kebutuhan yang dibeli pelanggan.

i. Pembagian Keuntungan

Ibu Jupen sebagai pemilik usaha mendapatkan keuntungan sebesar 10% dari keuntungan yang didapatkan dalam setiap penjualan di setiap harinya.

D. Profil Toko Kelontong Bismillah

a. Latar Belakang

Toko kelontong memiliki peluang usaha yang cukup tinggi tidak memiliki resiko usaha yang tinggi di mana toko kelontong biasanya menjual bahan-bahan kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat yang tentunya selalu di butuhkan dan harus dipenuhi, selain itu kebutuhan pokok seperti sembako tidak mengalami musiman seperti pada usaha buah dan fashion.

Toko Kelontong Ibu Ina merupakan salah satu UMKM yang berjalan dalam bidang kebutuhan pokok, dimana toko ini memiliki

berbagai kebutuhan pokok masyarakat yang beralamat di Dusun Wedusan RT 003/ RW 001, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Toko Kelontong Ibu Ina ini sudah berdiri mulai tahun 2016, dimana sebelumnya Ibu Ina juga sempat berjualan di teras rumahnya, namun di rasa kurang luas jadi Ibu Ina berpikir membangun Toko sendiri dengan alat-alat seadanya untuk menyimpan barang-barang jualannya.

b. Visi

Dapat mengembangkan usaha ini, hingga dapat membuka sebuah toko yang lebih besar

c. Misi

- Berusaha memenuhi ketersediaan barang sesuai kebutuhan pelanggan dan masyarakat
- Mendapatkan respon positif dari kepuasan masyarakat mengenai ketersediaan bahan-bahan pokok
- Berusaha Memperoleh keuntungan dari penjualan

d. Profil Usaha

Di toko kelontong Bismillah milik Ibu Ina ini menjual berbagai bahan pokok sehari-hari seperti beras, minyak, gula, telur, minuman sachet, terigu, minuman ringan, makanan ringan, dan juga membuka toko untuk menjahit, peralatan jahit, peralatan tulis,

dan juga menjual token pulsa, listrik, serta mainan anak-anak dan lain sebagainya.

e. Strategi Usaha

- Segmentasi harga bagi kalangan ibu rumah tangga dan anak-anak
- Segmentasi kebutuhan pokok bagi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa

- Segmentasi kebutuhan menjahit, peralatan tulis, peralatan jahit, dan berbagai macam token

f. Manajemen Usaha

Usaha milik Ibu Ina dikelola langsung oleh keluarga Ibu Ina, dalam persediaan barang-barang toko Ibu Ina biasanya di membeli ke pasar.

g. Modal Usaha

Toko Kelontong Ibu Ina memulai usaha dengan modal awal sebesar Rp 30.000.000,00 untuk melakukan penjualan pertama yang dibuka di samping rumah dengan hanya satu toko, kemudian seiring waktu memperlebar toko dengan membuka toko untuk usaha menjahit, dan menjual berbagai macam kebutuhan lainnya.

h. Harga Jual

Barang-barang yang dijual di Toko Kelontong Ibu Ina mulai dengan harga Rp 500 tergantung barang atau kebutuhan yang dibeli pelanggan.

i. Pembagian Keuntungan

Ibu Ina sebagai pemilik usaha mendapatkan keuntungan sebesar 10% dari keuntungan yang didapatkan dalam setiap penjualan di setiap harinya.

4. Gambaran Umum Pemilik Toko Kelontong

Toko kelontong adalah toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti Sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Toko ini biasa ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Toko kelontong merupakan toko tradisional yang pertama kali melayani kebutuhan masyarakat sebelum minimarket.

Pada dasarnya toko kelontong memiliki beberapa level, ada yang levelnya yang sudah besar yang omsetnya mencapai ratusan juta dalam sebulan, ada yang level menengah dengan omset puluhan juta, dan ada juga yang levelnya kecil seperti warung kelontong yang omsetnya hanya ratusan ribu hingga beberapa juta sebulan.

Di zaman yang modern ini, warung kelontong tetap memainkan perannya yang sangat penting bagi masyarakat (konsumen) yakni dengan menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Meski sudah banyak berdiri minimarket maupun supermarket, warung kelontong masih tetap memiliki pelanggan walaupun sudah menurun. Hal ini dikarenakan letaknya yang dekat dengan pemukiman serta timbulnya rasa kekeluargaan diantara penjual dan pembeli. Selain itu, pada warung kelontong terdapat sosialisasi antar kelas social, etnis, dan juga agama yang tidak akan kita jumpai di minimarket maupun toko modern lainnya.

Dalam penelitian ini penulis mengkaji beberapa informan untuk dapat menelaah lebih dalam mengenai dampak adanya minimarket untuk keberlangsungan usaha toko kelontong di desa Pringgowirawan . Melalui indikator dalam penentuan informan yang dirumuskan dalam beberapa kriteria yakni lama usaha, kota asal, pendidikan terakhir, pengalaman dalam usaha dan toko kelontong menjadi mata pencaharian utama. Dalam penelitian ini memiliki warung yang dijadikan informan yaitu toko Agung Makmur, toko Bismillah, toko Abdi, dan toko RBK Sumber Rejeki yang termasuk toko kelontong yang memiliki jarak tidak jauh dari minimarket.

1. Usia dan Lama Usaha

Menurut data wawancara usia informan yaitu berusia 56. Artinya informan telah masuk kedalam usia angkatan kerja. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang berusia 15-62 tahun yang sudah mempunyai pekerjaan maupun sedang tidak aktif bekerja. Usia informan juga tidak melebihi usia produktif atau diatas 64 tahun. Dimana usia tertinggi informan yaitu 60 tahun dan usia terendah 31 tahun. Data tersebut dapat dilihat dalam tabel 4.3 yang menggambarkan lama usaha pemilik toko kelontong.

Tabel 4.3

Lama Usaha Pemilik Toko Kelontong

No	Nama	Usia	Lama Usaha
1.	B. Ina	39 tahun	7 tahun

2.	B. Jupen	60 tahun	22 tahun
3.	Bpk. Ishaq	31 tahun	30 tahun
4.	Bpk. Abdi	42 tahun	50 tahun

Sumber: Data diolah

Sementara lama usaha pemilik toko kelontong jug beragam.

Berdasarkan hasil wawancara kepada para pemilik warung kelontong ada beberapa yang baru membuka usaha dan ada juga yang sudah lama membuka toko kelontong. Dari data yang diperoleh, lama usaha toko kelontong di atas 5 tahun 1 orang, dan lama usaha yang diatas 20 tahun 3 orang.

2. Kota Asal

Para pemilik toko kelontong disini rata-rata dari dalam kota hanya saja berbeda kecamatan. Diantaranya yang asalnya dari luar Kecamatan yakni dari Umbul Sari, dan Madura, dan untuk dua pemilik toko kelontong lainnya berasal dari kecamatan yang peneliti teliti. Seperti yang terlihat dalam tabel 4.4 dibawah ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Tabel 4.4
Kota Asal Pemilik Toko Kelontong

No	Nama	Kota Asal/ Kecamatan
1.	B. Ina	Jember/Sumberbaru
2.	B. Jupen	Jember/Umbul Sari
3	Ishaq	Jember/Sumberbaru
4.	P.Abdi	Madura/Pamekasan

Sumber: Data diolah

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan temuan data yang dikumpulkan, diketahui bahwa pengusaha toko kelontong memiliki tingkat pendidikan formal yang berbeda-beda. Berdasarkan keterangan para informan para pemilik toko kelontong yaitu, SMA, S1, dan S2. Berbagai latar belakang pendidikan yang dimiliki para pemilik toko kelontong tidak mempengaruhi status mereka dalam berdagang. Seperti yang terlihat dalam table 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5
Pendidikan Terakhir Pemilik Toko Kelontong

No.	Nama	Pendidikan Terakhir
1.	B. Ina	SMA
2.	B. Jupen	SMA
3.	Faiz	S2
4.	Bpk. Abdi	S1

Sumber: Data diolah

Tanpa memandang latar belakang pendidikan para informan bisa membuka usaha warung kelontong. Artinya warung kelontong tidak membatasi tingkat pendidikan yang harus dimiliki. Hal ini memberikan kesempatan bagi masyarakat yang tidak memiliki pendidikan tinggi untuk bisa berdagang. Hanya saja disini pemilik toko kelontong harus memiliki modal.

4. Pengalaman

Umumnya dalam memasuki dunia perdagangan, seseorang harus memiliki keahlian dan pengalaman dalam suatu bidang. Keahlian atau pengalaman sangat penting dalam membuka usaha untuk mengukur sejauh mana kemampuan yang dimiliki. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki maka semakin mudah mereka memasuki dunia perdagangan.

Dari hasil wawancara dengan 4 informan, di antara dua informan menyatakan bahwa sebelumnya usaha mereka ini adalah usaha turun menurun dari keluarga. Ada juga informan yang merintis usaha sendiri toko kelontongnya dengan mengandalkan modal dan kemampuan atau keahlian seadanya.

5. Pekerjaan Utama

Pemilik usaha toko kelontong adalah salah satu jenis usaha yang membutuhkan modal banyak dan mental yang cukup. Banyak masyarakat yang menjadikan toko kelontong ini menjadi sumber mata pencaharian. Namun tidak jarang toko kelontong menjadi usaha sampingan bagi mereka yang ingin menambah penghasilan. Dari hasil wawancara, dengan 4 informan 2 pemilik toko kelontong mengaku bahwasannya penghasilannya hanya dari toko kelontong. Sementara 2 informan lainnya mengaku bahwa toko kelontong hanya usaha sampingan untuk mengisi waktu luang istrinya dan menambah penghasilan. Informan ini adalah bapak Abdi dan ibu Jupen yang

membuka usaha toko kelontong tetapi juga menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Tabel 4.6

Toko Kelontong Usaha Utama

No	Nama	Toko Kelontong Usaha Utama	Jenis Usaha Utama
1.	Abdi	Tidak	PNS
2.	Jupen	Tidak	PNS
3.	Faiz	Iya	Toko Kelontong
4.	Ina	Iya	Toko Kelontong

Sumber: Data diolah

Para informan yang menjadikan toko kelontongnya sebagai penghasilan utamanya adalah mereka yang tidak punya pekerjaan lain sehingga mereka menggantungkannya pada usaha toko kelontongnya. Sementara 2 pemilik toko kelontong menjadikan usaha toko kelontongnya sebagai usaha sampingan adalah mereka yang telah memiliki pekerjaan selain membuka toko kelontong. Mereka mengaku

membuka usaha ini untuk istri saat mengisi waktu senggang. Sehingga usaha toko kelontong ini menjadi usaha selingan diluar pekerjaan utama.

Hal ini tidak lepas dari sistem usaha yang diterapkan di toko kelontong. Dimana pemilik toko kelontong bisa menentukan jam buka tutup toko sesuai kehendak sendiri. Selain itu juga tidak ada ikatan kontrak kerja yang membatasi mereka dalam bekerja. Tentu hal ini

dimanfaatkan para informan yang memiliki urusan diluar usaha mereka.

Data wawancara ini juga menunjukkan bahwa umumnya usaha toko kelontong adalah usaha pertamanya bagi para informan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa toko kelontong adalah usaha salah satunya sebagai mata pencaharian ekonomi di Desa Pringgowirawan. Mereka umumnya menggantungkan hidup sepenuhnya pada usaha toko kelontong mereka.

Data yang telah dipaparkan di atas merupakan data diri informan yang dijadikan oleh peneliti sebagai data primer dalam menyusun laporan mengenai dampak keberadaan minimarket modern untuk keberlangsungan usaha toko kelontong.

B. Penyajian dan Analisis Data

Penyajian dan analisis data yang peneliti tulis di sini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan melalui teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara (interview) dan dokumentasi dengan melibatkan semua komponen yang ada di toko kelontong, ke tiga teknik pengambilan data tersebut merupakan instrument paling penting dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data atau informasi yang benar-benar valid dan dapat di pertanggung jawabkan. Dan berkaitan dengan judul penelitian peneliti yaitu: Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.

Uraian ini tersedia pada deskripsi informasi yang diberikan informan sesuai dengan pertanyaan penelitian. Hasil analisis temuan penelitian disajikan sebagai data berupa tema berulang, pola, dan motivasi yang muncul dalam data. Selain itu hasilnya mungkin disajikan sebagai kategori atau struktur, penjelasan, dan tipologi.⁷⁰

1. Dampak Positif dari Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Jember

Dampak positif sendiri adalah sesuatu yang menguntungkan bagi diri kita. Sesuai dengan fokus masalah yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian yaitu para pemilik toko kelontong. Peneliti memilih para pemilik toko kelontong yang berada di satu kawasan dengan minimarket di Desa Pringgowirawan.

Untuk merespon permasalahan penelitian yaitu bagaimana dampak positif keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong, agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan sebagai berikut:

Menurut beberapa informan menyatakan bahwa berdirinya minimarket ini memberikan dampak positif bagi usaha mereka, seperti yang dikatakan oleh informan saat peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Jupen.

⁷⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember: Penerbit IAIN Jember, 2019), 94.

“Kalo bagi ibu dengan adanya minimarket ini juga ada dampak positif bagi usaha ibu, ibu sendiri bisa mendapatkan ide atau inovasi. Dapat dilihat sendiri kalo minimarket itu sekarang ramai dikunjungi masyarakat yang karena tata ruang dan penempatan barang yang menarik. Disinilah ibu termotivasi untuk mengubah tata letak ruangan yang awalnya itu bagian depan ibu kasih etalase, ibu pindah posisi etalase itu. Terus juga penempatan barang di toko ibu awalnya berantakan sekarang ibu susun sesuai dengan jenis barangnya.”⁷¹

Hal serupa seperti yang dinyatakan dan seperti dilaporkan oleh informan tambahan Bapak Ishaq.

“Memang tata ruang dan penempatan barang ini sangat penting di lakukan oleh para pemilik usaha toko kelontong, karena hal tersebut jugalah yang membuat para konsumen tertarik atau tidak untuk berbelanja di toko milik kita. Dari situlah saya mencoba untuk memperluas toko kelontong serta juga menata dengan rapi barang-barang sesuai dengan jenisnya.”⁷²

Kemudian informan tambahan membagikan informasi yang sama disampaikan oleh Ibu Ina.

“Untuk soal tata ruang itu juga berdampak positif bagi saya, ya karena dengan adanya minimarket ini saya bisa mengetahui kenapa masyarakat lebih tertarik berbelanja di minimarket. Di minimarket itu kan tata ruangnya rapi dan nyaman. Terus penempatan barang sesuai dengan jenisnya yang membuat para pelanggan ga kebingungan. Dari situ saya mencoba untuk memperluas toko kelontong saya dan juga menata ruangan serta barang semenarik mungkin agar para pelanggan bisa tertarik untuk berbelanja di toko saya.”⁷³

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh informan Bapak Abdi.

⁷¹ Jupen, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 Desember 2022.

⁷² Ishaq, diwawancarai oleh penulis, Jember, 09 Januari 2023.

⁷³ Ina, diwawancarai oleh penulis, Jember 21 Januari 2023.

“Kalo soal dampak positif ya palingan saya cuma bisa menirukan tata letak barang ada di minimarket untuk menarik pelanggan, kalo untuk memperlebar atau menata ruangan saya tidak bisa karena kan di depan udah jalan raya, ke samping juga udah ga ada lahan”.⁷⁴

Observasi memberikan validalitas pada hasil wawancara di atas pada tanggal 03 Juli 2022, di mana peneliti mengamati secara langsung tentang keberadaan minimarket bagi toko kelontong di Desa Pringgowirawan, sebagai berikut:

“Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa terlihat di toko kelontong tidak begitu ramai pembeli dari pada di minimarket modern.”⁷⁵

Temuan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti dengan pemilik toko kelontong, dapat disimpulkan bahwasanya dengan kehadiran minimarket tersebut para pedagang toko kelontong dapat memiliki ide untuk mengubah tata ruang pada toko kelontong serta penempatan barang yang sesuai dengan jenisnya.

Peneliti juga menanyakan apakah ada dampak positif yang lain dari keberadaan minimarket di Desa Pringgowirawan ini, salah satu pemilik toko kelontong menyampaikan yaitu ibu Jupen.

“Dampak positif lain bagi ibu dengan keberadaan minimarket ini juga bisa memberikan ide terhadap ibu agar sistem pengambilan barang sama dengan yang diterapkan di minimarket modern. Dikarenakan yang selama ini orang tahu yang dinamakan toko kelontong itu setiap pembelian barang selalu pemilik toko sendiri mengambalikan barang apa yang dibutuhkan oleh pembeli, namun dengan berkembangnya zaman ibu juga mengubah sitem layanan di toko milik ibu sama dengan di minimarket agar konsumen lebih nyaman saat membeli.”⁷⁶

⁷⁴ Abdi, diwawancarai oleh peneliti, Jember 21 Januari 2023.

⁷⁵ Observasi, Jember, 03 Juli 2022.

⁷⁶ Jupen, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 Desember 2022.

Kemudian informan tambahan membagikan informasi yang sama, yang disampaikan oleh Bapak Ishaq.

“Bagi saya dampak positif dengan adanya minimarket ini adalah layanan mandiri. Maksudnya layanan mandiri disini adalah sebuah sistem yang ada di minimarket dimana dapat memberikan kenyamanan kepada para pembeli. Dulu sebelum adanya minimarket saya masih melakukan sistem layanan toko kelontong tradisional. Setiap konsumen ingin membeli barang pasti saya akan mengambilkan. Namun sejak ada minimarket ini saya mulai berfikir untuk mengubah sistem layanan di toko saya menjadi modern seperti halnya di minimarket. Dengan menerapkan sistem layanan mandiri ini bagi saya dapat menjadi sebuah ketertarikan konsumen untuk berbelanja.”⁷⁷

Cukup berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Ina dan Bapak Abdi.

“Kalo di toko saya sistem layanannya tetap sama dengan sistem layanan toko tradisional, yaitu setiap ada pembeli maka penjual yang mengambilkan barang yang dibutuhkan, dikarenakan toko kelontong itu kan termasuk toko tradisional, ya saya jaga aja apa cirikhas dari toko kelontong tersebut.”⁷⁸

“Disini kalo untuk sistem layanan saya masih sama menggunakan sistem layanan toko kelontong zaman dahulu, namun ada juga beberapa barang di toko bapak yang juga menggunakan sistem layanan mandiri, seperti halnya membeli beras, air aqua, dan beberapa minuman lainnya.”⁷⁹

Observasi memberikan validalitas pada hasil wawancara di atas pada tanggal 14 Agustus 2022, di mana peneliti mengamati secara langsung tentang sistem layanan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, sebagai berikut:

“Hasil observasi di lapangan Peneliti melihat langsung pelayanan yang sedang terjadi di toko kelontong milik ibu Ina dan bapak Abdi nampak sistem pelayanannya masih sama

⁷⁷ Ishaq, diwawancari oleh peneliti, Jember, 09 Januari 2023.

⁷⁸ Ina, diwawancari oleh peneliti, Jember, 21 Januari 2023

⁷⁹ Abdi, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 Januari 2023.

dengan toko kelontong pada zaman dahulu yaitu penjual mengambil barang yang dibutuhkan oleh konsumen, sedangkan sistem pelayanan di toko kelontong milik bapak Ishaq dan ibu Jupen telah mengikuti sistem layanan mandiri. Dari hasil observasi tersebut peneliti menemukan bahwa layanan secara mandiri mampu menarik minat konsumen untuk berbelanja dari pada sistem layanan tradisional.”⁸⁰

Peneliti menyimpulkan dari hasil wawancara dan observasi di atas bahwa sistem pelayanan di toko kelontong pada dasarnya kurang menarik dan semenjak berdirinya minimarket modern para pemilik toko kelontong ini memiliki pemikiran bahwasanya sistem pelayanan di toko kelontong harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman, karena dengan mengikuti sistem layanan mandiri di minimarket modern semua pelanggan pasti akan tertarik untuk berbelanja.

Peneliti juga menanyakan apakah jumlah barang yang tersedia di minimarket juga berdampak positif bagi pemilik toko kelontong, salah satu pedagang toko kelontong menyampaikan yaitu Bapak Ishaq.

“Menurut pendapat saya dengan memperbanyak jumlah barang di toko kelontong ini dapat menarik para konsumen. Dikarenakan dengan adanya jumlah barang yang sama dan jumlah yang juga sama banyak dengan yang di minimarket itu bisa membuat pelanggan tidak akan bingung dan lebih nyaman memilih barang.”⁸¹

Informan lain, khususnya ibu Jupen mengatakan hal yang sama.

“Kalo jumlah barang di minimarket yang banyak itu juga berdampak positif bagi saya sendiri, karena itu juga salah satu hal yang di minati oleh para pembeli. Dengan banyaknya jumlah barang dan tersusun rapi akan ada daya tarik tersendiri di mata

⁸⁰ Observasi di 4 Toko Kelontong, 14 Agustus 2022.

⁸¹ Ishaq, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 09 Januari 2023.

pembeli. Maka dari itu saya terus menambah jumlah barang di toko agar bisa menarik para konsumen.⁸²

Cukup berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Ina.

“Kalo soal jumlah barang di toko saya dengan minimarket sama saja mbak. Jumlah pelanggan pun akan tetap sama, dikarenakan saya berada di tengah-tengah masyarakat jadi tidak terlalu berpengaruh.”⁸³

Hal tersebut juga dikuatkan oleh hasil observasi peneliti bahwasanya dengan menambah jumlah barang yang dilakukan oleh semua pemilik toko kelontong mampu menarik minat pembeli.⁸⁴

Dari hasil data yang peneliti kumpulkan dari data wawancara, observasi, dan dokumentasi bahwa penambahan jumlah produk dapat mempengaruhi suatu ketertarikan untuk berbelanja di toko kelontong.

Peneliti juga mempertanyakan mengenai dampak positif lainnya dari keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong, salah satu pemilik usaha toko kelontong menyampaikan yaitu Bapak Ishaq.

“Ada satu hal lagi menurut saya yang berdampak positif, yaitu karena diawal sudah saya jelaskan bahwasannya saya memiliki ide untuk memperluas toko kelontong saya, maka otomatis juga bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang yang lagi membutuhkan. Dengan adanya perluasan toko kelontong ini (Toko Sumber Rejeki) justru buat saya senang karena bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang memerlukan.”⁸⁵

Peneliti melihat secara langsung aktifitas yang terjadi di toko kelontong milik bapak Ishaq bahwa dengan adanya perluasan toko

⁸² Jupen, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 Desember 2023.

⁸³ Ina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 21 Januari 2023.

⁸⁴ Observasi di 4 Toko kelontong, 29 Januari 2023.

⁸⁵ Ishaq, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 09 Januari 2023.

kelontong yang Beliau miliki mampu memberikan lowongan pekerjaan bagi orang lain.

Dari hasil wawancara dan juga observasi di atas peneliti menyimpulkan bahwa adanya toko kelontong ini dapat membuka peluang bagi masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan, dengan adanya toko kelontong juga bisa menolong perekonomian masyarakat sekitar yang kurang mampu.

2. Dampak Negatif dari Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Jember

Dampak negatif adalah sesuatu yang merugikan bagi kita. Ancaman yang muncul terhadap keberadaan minimarket yaitu perubahan perilaku konsumen. Seperti saat ini, banyak alasan mengapa konsumen suka berbelanja di minimarket, salah satunya adalah konsumen memilih tempat berbelanja lebih nyaman dan higienis.

Sehingga melalui keunggulan yang dimiliki minimarket dibandingkan dengan usaha kecil atau toko kelontong dapat menyebabkan berpindahnya para pembeli ke minimarket. Minimarket dan toko kelontong menawarkan pengalaman berbelanja yang berbeda. Saat membeli di toko kelontong bisa saling tawar-menawar satu sama lain sedangkan jika membeli di minimarket sudah ada label harga yang ditampilkan.

Sesuai dengan fokus masalah yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian yaitu para pemilik toko kelontong. Peneliti memilih para pemilik toko kelontong yang berada di satu kawasan dengan minimarket di Desa Pringgowirawan.

Untuk merespon permasalahan penelitian yaitu bagaimana dampak positif keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong, agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan sebagai berikut:

Menurut beberapa informan menyatakan bahwa berdirinya minimarket ini juga memberikan dampak negatif bagi usaha mereka, dan beberapa informan menyatakan kurang setuju serta mengeluh dengan hadirnya minimarket di Desa Pringgowirawan, seperti yang dikatakan oleh informan saat peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Jupen.

“Kalo dari ibu sendiri sih kurang setuju dengan keberadaan minimarket ini, karena selain semakin banyaknya persaingan jualan juga omset saya menjadi menurun.”⁸⁶

Hal serupa seperti yang dinyatakan dan seperti yang dilaporkan oleh informan tambahan Bapak Ishaq.

“Kalo soal setuju atau tidaknya yang pasti sudah jelas dek, saya kurang setuju. Pesaing saya menambah dan juga otomatis pendapatan saya mengalami penurunan.”⁸⁷

⁸⁶ Jupen, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 Desember 2023.

⁸⁷ Ishaq, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 09 Januari 2023.

Kemudian informan tambahan membagikan informasi yang sama disampaikan oleh Ibu Ina.

“Sebenarnya saya kurang setuju, tapi mau gimana lagi namanya juga zaman udah berkembang.”⁸⁸

Informan lain, khususnya Bapak Suntono selaku pegawai Toko Agung Makmur mengatakan hal yang sama.

“Kalo menurut bapak selaku pegawai kurang setuju juga mengenai adanya minimarket di sini, apalagi dengan jarak yang berdekatan, itu membuat toko disini menjadi sepi.”⁸⁹

Hal yang serupa dikatakan juga oleh Bapak Juma’an selaku pegawai Toko Sumber Rejeki.

“Saya kurang setuju mbak, karena dengan hadirnya minimarket otomatis berdampak buruk bagi usaha ini”.⁹⁰

Hal tersebut juga dikuatkan lagi dengan hasil pengamatan dari peneliti berdasarkan hasil observasi di beberapa toko kelontong yang berada di desa Pringgowirawan bahwasannya dengan keberadaan minimarket ini berdampak buruk bagi pemilik toko kelontong.⁹¹

Meskipun dari tiga informan yang telah diwawancarai mengatakan tidak setuju dengan keberadaan minimarket di Desa Pringgowirawan, ada satu informan yang setuju dengan keberadaan minimarket tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Abdi.

⁸⁸ Ina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 21 Januari 2023.

⁸⁹ Suntono, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 18 Januari 2023.

⁹⁰ Juma’an, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 29 Januari 2023.

⁹¹ Observasi, Jember, 14 September 2022.

"Menurut saya setuju mbak, karena ini adalah manifestasi dari pertumbuhan periode, dan walaupun mau menolak juga tidak bisa karena resiko dalam penjualan itu sudah ada saingannya."⁹²

Temuan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti dengan pemilik toko kelontong, dapat disimpulkan bahwa dengan keberadaan minimarket berpengaruh terhadap pedagang usaha kecil disekitarnya yang berdampak buruk bagi usaha mereka, namun satu dari empat informan setuju dan percaya sejak berdirinya minimarket di Desa Pringgowirawan ini merupakan kemajuan dari zaman yang tidak dapat dihindari keberadaannya dan hingga saat ini menjadi perbincangan hangat yang disebabkan tuntutan gaya hidup yang berkembang di masyarakat.

Peneliti juga mempertanyakan mengenai tingkat pendapatan yang dihasilkan perbulannya oleh pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, baik sebelum maupun sesudah kehadiran minimarket.

Sesuai dengan temuan wawancara dilakukan ilmuwan dan Bapak Ishaq sebagai pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat, terutama untuk perempuan, termasuk beras, telur, mie instan, minyak goreng, gas elpiji, gula, sabun deterjen, makanan ringan, berbagai jenis minuman, dan kebutuhan lainnya, menyatakan bahwa:

“Semenjak adanya minimarket modern omset penjualan di toko saya mengalami penurunan yang sangat drastis, yang awalnya

⁹² Abdi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 08 Januari 2023.

omset 1bulan bisa mencapai Rp150.000.000 , sejak dengan berdirinya minimarket hanya mendapatkan omset sebesar Rp75.000.000 - Rp80.000.000 saja. Tentu hal ini sangat berpengaruh bagi penjualan saya yang biasanya masyarakat sekitar berbelanja di toko kelontong saya, terus berdirilah minimarket dengan memberikan harga miring, disitulah banyak konsumen saya memilih untuk berbelanja disana.⁹³

Menurut penjelasan Pak Ishaq, penghasilannya turun begitu minimarket dibuka. Beliau juga menegaskan hadirnya minimarket saat ini disekitar toko kelontong bersaing dengannya sejak saat itu dapat mengakibatkan pendapatannya berkurang. Hal ini menunjukkan betapa kesuksesan Bapak Ishaq sebagai pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan sangat dipengaruhi oleh keberadaan minimarket ini.

Hasil wawancara dengan pemilik toko kelontong yang bernama Ibu Jupen mendukung klaim Bapak Fais, yang bertransaksi barang seperti mie instan, gula, kopi, minyak goreng, sabun pencuci piring, rokok, obat-obatan, makanan ringan, berbagai jenis minuman, dan kebutuhan pokok lainnya, menyatakan bahwa:

“Sejak berkembangnya minimarket di Desa ini jelas saya mengalami penurunan omset yang lumayan, dari yang sebelum adanya minimarket saya mendapatkan omset sebesar Rp10.000.000 perbulan jadi menurun sebesar Rp6.000.000 perbulan. Tetapi ya tidak apa-apa namanya juga zaman udah modern mau gimana lagi”⁹⁴

Berdasarkan pernyataan Ibu Jupen, yang menegaskan bahwa penghasilannya menurun sejak hadirnya minimarket. Pemilik toko kelontong menyatakan ketidakpuasan mereka dengan situasi tersebut.

⁹³ Fais, diwawancarai oleh penulis, Jember, 29 Januari 2023.

⁹⁴ Jupen, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Januari 2023.

Namun, tidak ada perlindungan hukum untuk ini yang harus diikuti oleh toko kelontong. Karena mereka tidak memiliki kekuatan dan kemampuan untuk mengelolanya, mereka hanya menyerah pada kenyataan saat itu. Meski begitu, pemikiran optimis tetap ada.

Berdasarkan pernyataan Ibu Ina, pemilik toko kelontong yang menjual berbagai produk, termasuk beras, telur, minyak goreng, es krim, susu, kerupuk, berbagai jenis makanan ringan dan minuman, serta kebutuhan lainnya, juga dapat digunakan untuk menguatkan pernyataan dari Ibu Jupen. Ibu Ina menyatakan bahwa:

“Sebelum minimarket, gaji bulanan saya sekitar Rp1.500.000, bahkan sudah mencapai Rp3.000.000. Saya harus terus mengapresiasi meskipun omzet saya turun sekarang karena nama zaman sudah berubah dan omzet banyak yang diterima.”⁹⁵

Ibu Ina mengaku penghasilannya turun setelah kehadiran minimarket di Desa Pringgowirarawan. Ibu Ina yang menjual barang yang bersaing dengan yang ada di minimarket mengalami penurunan penjualan. menunjukkan bagaimana minimarket berdampak pada pembeli.

Bapak abdi pemilik toko kelontong juga mendukung pernyataan Ibu Ina. Pemilik toko kelontong yang menjual beras, gula, minyak, makanan ringan, berbagai minuman, dan barang-barang serupa, menyatakan bahwa:

“Pendapatan saya sebelum ada minimarket mencapai Rp2.000.000 perbula. Namun, penghasilan saya menurun

⁹⁵ Ina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 08 Januari 2023.

semenjak adanya minimarket yaitu sebesar Rp1.500.000 perbulan.”⁹⁶

Menurut hasil wawancara Pak Abdi, penghasilannya menurun menjadi Rp1.500.000 per bulan dari biasanya Rp2.00.000 per bulan. Hal ini dikarenakan keberadaan minimarket telah memberikan efek negatif terhadap pendapatan Pak Abdi.

Temuan dari wawancara ini mengungkapkan bahwa pendapatan pemilik toko kelontong sebelum dan sesudah hadirnya minimarket digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Perubahan Jumlah Pendapatan Pemilik Toko Kelontong

No.	Nama Pemilik Toko Kelontong	Pendapatan sebelum adanya minimarket	Pendapatan sesudah adanya minimarket
1.	Ibu Ina	Rp3.000.000 /bln	Rp1.500.000/bln
2.	Ibu Jupen	Rp10.000.000 /bln	Rp6.000.000/bln
3.	Bpk. Abdi	Rp4.000.000 /bln	Rp1.500.000/bln
4.	Bpk. Fais	Rp150.000.000 /bln	Rp75.000.000/bln

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel tersebut di atas, sangat jelas bahwa pendapatan bulanan masing-masing pelaku usaha toko kelontong mengalami perubahan. Karena itu, pendapatan pelaku toko kelontong mengalami penurunan omset penjualan. Penghasilan bulanan sebesar Rp3.000.000 hingga Rp150.000.000 adalah salah satunya. Khususnya di toko kelontong Bapak Ishaq, yang mengalami penurunan besar dalam penjualan sebagai akibat dari pengembangan minimarket modern.

⁹⁶ Abdi, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 Januari 2023.

Peneliti juga menanyakan apakah jumlah pelanggan juga mengalami pengurangan sehingga berdampak negatif bagi pemilik toko kelontong, salah satu pedagang toko kelontong menyampaikan yaitu Ibu Jupen.

“Semenjak minimarket modern berdiri di Desa Pringgowirawan ini saya memang mengalami penurunan jumlah pelanggan, dimungkinkan karena di minimarket memiliki fasilitas yang nyaman dan memadai.”⁹⁷

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Bapak Suntono selaku pegawai Ibu Jupen.

“Betul mbak dengan apa yang dikatakan Ibu selaku pemilik toko, disini semenjak ada minimarket pelanggan jadi berkurang.”⁹⁸

Hal serupa seperti yang dinyatakan dan seperti yang dilaporkan oleh informan tambahan Bapak Fais.

“Pasti ada karena hak pembeli mau beli dimana terlebih dikarenakan berkembangnya zaman masyarakat lebih tertarik berbelanja di minimarket, namun meskipun demikian ada beberapa pelanggan yang setia berbelanja di toko kelontong milik saya, dikarenakan saya juga jual grosir.”⁹⁹

Hal serupa seperti yang dinyatakan oleh Bapak Juma'an selaku Pegawai Bapak Ishaq.

“Kalo dilihat-lihat memang pelanggan disini berkurang, karna saya kan juga sudah lama bekerja disini jadi otomatis saya tau betul dampak negatif yang dengan berdirinya minimarket bagi usaha Bapak Ishaq.”¹⁰⁰

⁹⁷ Jupen, diwawancarai oleh penulis, Jember, 18 Januari 2023.

⁹⁸ Suntono, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 18 Januari 2023.

⁹⁹ Ishaq, diwawancarai oleh penulis, Jember, 29 Januari 2023.

¹⁰⁰ Juma'an, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 29 Januari 2023.

Kemudian informan tambahan membagikan informasi yang sama disampaikan oleh Bapak Abdi.

“Untuk soal pelanggan saya tidak terlalu memperhatikan mbak, karena menurut saya pasti ada pembeli meskipun sedikit harus tetap disyukuri.¹⁰¹

Informan lain, khususnya Ibu Ina juga memberikan informasi yang sama.

“Sejak adanya minimarket ini saya memang mengalami penurunan jumlah pelanggan, dikarenakan kemungkinan besar para pelanggan memilih belanja di minimarket karena tempatnya yang bagus dan terang.¹⁰²

Hal tersebut juga dikuatkan lagi dengan hasil pengamatan dari peneliti berdasarkan hasil observasi di beberapa toko kelontong yang berada di desa Pringgowirawan yaitu para pelaku usaha toko kelontong ini mengalami penurunan jumlah pelanggan semenjak adanya minimarket.¹⁰³

Temuan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwasannya dengan berdirinya minimarket modern ini para pemilik usaha toko kelontong memiliki penurunan pelanggan. Karena kualitas pelayanan, kelengkapan barang kenyamanan serta harga dari minimarket modern tentu sudah membuat toko kelontong kalah bersaing. Para pedagang toko kelontong dengan melihat situasi ini haruslah cermat dan aktif serta mempunyai strategi khusus dalam

¹⁰¹ Abdi, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 Januari 2023.

¹⁰² Ina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 08 Januari 2023.

¹⁰³ Observasi, Jember, 14 September 2022.

bersaing dengan minimarket modern tersebut jika ingin mempertahankan usahanya agar tidak tergerus oleh minimarket modern yang sedang berkembang. Selera masyarakat yang sudah mulai terpengaruh akan sebuah kemewahan, membuat konsumen mulai enggan berbelanja di toko kelontong dan akan lebih memilih berbelanja di minimarket modern yang lebih mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan pelayanan.

3. Upaya yang dilakukan Untuk Menjaga Eksistensi Usaha Toko Kelontong

Telah diamati bahwa pelaku usaha toko kelontong bekerja keras untuk menjaga operasional mereka berjalan dengan lancar. Pelaku bisnis toko kelontong melakukan upaya untuk mempertahankan eksistensi usahanya diantara lain seperti mengadakan promosi, diskon, dll.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Abdi selaku pemilik toko kelontong abdi mengatakan bahwa upaya untuk mempertahankan usaha toko kelontong beliau menjual harga yang lebih murah dari pada minimarket, menjual bahan-bahan pokok yang tidak ada di minimarket seperti beras ecer, minyak ecer dan memberikan diskon kepada pembeli yang membeli barang diatas 100 ribu.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Ina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 03 Februari 2023.

Senada juga disampaikan oleh bapak Ishaq beliau menyampaikan upaya yang dilakukan untuk mempertahankan usaha toko kelontong adalah bersaing harga, menjual barang dengan harga yang lebih murah, menyediakan sistem pembelian kredit atau cash, menyediakan penarikan tunai dan juga menjual bahan eceran serta grosir yang tidak ada di minimarket, mengadakan promo kecil-kecilan untuk menarik pelanggan, memberikan diskon bagi pembeli dan juga memperluas tempat usaha.¹⁰⁵

Diwaktu yang berbeda peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu Jupen sebagai pemilik usaha toko kelontong Agung Makmur beliau menyampaikan beberapa hal yang dilakukan untuk menjaga eksistensi usaha toko kelontong antara lain dengan mengadakan banyak promo, memperbanyak jumlah barang, memberikan potongan harga, memperluas tempat usaha, menyebarkan platform digital, menata barang dagangan sedemikian rupa, serta menjual barang dengan ecer dan grosir.¹⁰⁶

Hal serupa disampaikan oleh Ibu Ina bahwa untuk menjaga eksistensi usaha toko kelontong beliau melakukan promosi toko kelontong, memperbanyak barang dagangan, kemudian menyediakan pembelian token, memperluas toko kelontong, membuka jasa jahit, dan juga menyediakan sistem ecer dan grosir serta potongan harga.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Fais, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 18 Februari 2023.

¹⁰⁶ Jupen, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 23 Februari 2023.

¹⁰⁷ Ina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 05 Maret 2023.

Hal tersebut juga dikuatkan lagi dengan hasil pengamatan dari peneliti berdasarkan hasil observasi di beberapa toko kelontong yang berada di desa Pringgowirawan yaitu para pelaku usaha toko kelontong ini menjual barang dagangan harga yang lebih murah dari pada di minimarket modern, memberikan potongan harga bagi konsumen yang membeli barang banyak, menjual barang ecer serta grosir, dan juga menyediakan sistem kredit ataupun cash, serta memperluas tempat usaha mereka.¹⁰⁸

Menurut hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha toko kelontong harus mempunyai strategi yang mana merupakan salah satu aspek perencanaan dalam suatu usaha yang harus ditentukan secara matang dalam menghadapi sesama pelaku pasra. Strategi berdagang yang diambil oleh para pelaku usaha toko kelontong yaitu meliputi aspek produk, harga serta lokasi dan tak lupa pula berdoa kepada Allah SWT sebagai upaya yang terakhir dalam usahanya.

Upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha toko kelontong dalam mempertahankan usahanya antara lain yaitu dengan cara melengkapi barang dengan sedemikian rupa agar lebih terlihat menarik, memberikan penawaran harga yang lebih murah, memberikan potongan harga khusus pada konsumen yang berbelanja dalam jumlah yang besar, melayani sistem kredit dan cash, serta melakukan perluasan tempat usaha mereka.

¹⁰⁸ Observasi di 4 Toko kelontong, 31 Januari 2023.

C. Pembahasan Temuan

Konsep penelitian, keterkaitan antara kategori dan dimensi, posisi temuan dalam kaitannya dengan temuan sebelumnya, serta penekanan dan penjelasan atas temuan lapangan semuanya tercakup dalam bab ini.¹⁰⁹

Berdasarkan informasi dari data yang dikumpulkan selama menggunakan metode observasi di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, melakukan wawancara dengan beberapa narasumber, serta menyajikan dan berbicara tentang teknik dokumentasi yang digunakan di berbagai tampilan data dan dianalisis di pembahasan hasil. Pembahasan tersebut akan diuraikan sesuai dengan temuan penelitian. Berikut adalah pokok-pokok penelitian yang akan dibahas:

1. Dampak Positif dari adanya minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong.

Keberadaan Indomaret, Basmallah, dan minimarket modern lainnya dengan gagasan area perbelanjaan yang nyaman dan lingkungan belanja yang lebih bersih di Desa Pringgowirawan mendorong pelanggan untuk membeli di sana. Toko kelontong tidak jauh berbeda dengan minimarket, hanya saja di minimarket penjual dengan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga barang dan jasa dilayani sendiri oleh pelanggan atau disediakan oleh perwakilan penjualan.

¹⁰⁹ Tim penyusun, *Pedoman karya Ilmiah* (Jember: Penerbit IAIN Jember, 2019), 94.

Toko kelontong adalah toko yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Selain itu, selain itu jenisnya pun beragam dan lengkap. Produk yang dijual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga.

Para pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan juga diuntungkan dengan kehadiran minimarket. Dampak sendiri adalah suatu benturan, atau hasil yang memiliki efek menguntungkan dan tidak menguntungkan. Sementara dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan atau tidak mengakibatkan sesuatu yang menguntungkan bagi sesama manusia, lingkungan alam sekitar atau sekitar alam, ataupun sesuatu yang berhubungan yang bisa mengakibatkan keuntungan pada pihak lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian I Wayan Adnyana, yang menyatakan bahwa dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi, atau mengesankan orang lain agar mereka setuju atau mendukung tujuan seseorang. Sementara positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari perspektif jiwa, memprioritaskan kegiatan yang menyenangkan daripada yang membosankan, kebahagiaan di atas keputusasaan, dan optimisme di atas pesimisme.¹¹⁰

Menurut gagasan ini, yang didasarkan pada fakta aktual di lapangan, khususnya prevelensi minimarket di Desa Pringgowirawan,

¹¹⁰ I Wayan Adnyana, *Raksasa Ritel di Kota Denpasar* (Bali: NILACAKRA Tm, 2021), 157.

pemilik toko kelontong mengalami dampak positif dan negatif bagi kehadiran minimarket tersebut.

Keberadaan minimarket di Desa Pringgowirawan ini berdampak positif bagi para pemilik toko kelontong yang menyebabkan para pemilik toko kelontong mempunyai ide atau inovasi untuk mengubah tata letak ruang serta penempatan barang, dan juga membuat pelayanan di toko kelontong menjadi modern seperti halnya di minimarket.

Pendirian minimarket ini, menurut informasi yang diperoleh dari salah satu pemilik toko kelontong, dapat menciptakan peluang kerja bagi penduduk yang menganggur di daerah tersebut.

Menurut apa yang telah ditemukan di lokasi lapangan penelitian, tepatnya di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, melalui wawancara dengan pemilik toko kelontong yang mendapat manfaat dari kehadiran minimarket.

Kehadiran minimarket bagi pemilik toko kelontong bukan hanya berdampak negatif namun juga berdampak positif tersendiri bagi pemilik toko kelontong. Barang yang rapi dan teratur di rak adalah elemen mendasar untuk menghasilkan keindahan untuk lokasi bisnis. Penataan ruangan dan barang dapat mendongkrak minat pelanggan. Ini juga mengirimkan pesan positif kepada pemilik toko karena posisi barang yang termasuk dalam kelompok dan ketersediaan isyarat untuk produk yang sering ditempatkan di atas rak menarik pelanggan.

Sistem pelayanan yang tradisional yang membuat toko kelontong mau tidak mau mengikuti perkembangan zaman. Pelayanan mandiri seperti yang dilakukan oleh minimarket modern dapat memberikan kenyamanan terhadap pembeli. Dengan menerapkan sistem layanan mandiri para pembeli dapat berbelanja sesuai kemauan mereka.

Bidang usaha sendiri merupakan bidang kegiatan dari tempat kerja, sesuai dengan fakta di lapangan atau di lokasi penelitian. Dengan banyaknya minimarket modern ini juga berdampak positif bagi para pelaku usaha toko kelontong untuk membuka lowongan pekerjaan bagi orang yang membutuhkan.

Studi ini mendukung penelitian M.Shaf Kharim sebelumnya pada tahun 2019, yang menemukan bahwa keberadaan minimarket ini juga menguntungkan pemilik toko kelontong karena mereka sekarang dapat lebih memahami perkembangan zaman yang ada.

Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa dengan hadirnya minimarket ini juga memberikan dampak positif bagi pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan.

Maka dari itu fokus penelitian tentang dampak positif keberadaan minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember dalam kaitannya dengan teori dan permasalahan terkini sudah berdasarkan

keadaan yang sebenarnya. Karena itu keberadaan minimarket yang berada di sekitar toko kelontong memberikan suatu ide atau inovasi tersendiri bagi pemilik toko kelontong dalam merubah tata letak ruangan serta tata letak barang, dan juga sistem layanan mandiri yang mulai mengikuti minimarket, serta mampu membuka lapangan usaha bagi masyarakat sekitar. Hal ini dapat menunjukkan bahwa keberadaan minimarket memberikan dampak positif bagi pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.

2. Dampak Negatif berdirinya minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong

Keberadaan Indomaret, Basmallah, dan minimarket modern lainnya dengan gagasan area perbelanjaan yang nyaman dan lingkungan belanja yang lebih bersih di Desa Pringgowirawan mendorong pelanggan untuk membeli di sana. Toko kelontong tidak jauh berbeda dengan minimarket, hanya saja di minimarket penjual dengan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga barang dan jasa dilayani sendiri oleh pelanggan atau disediakan oleh perwakilan penjualan.

Toko kelontong adalah toko yang menjual kebutuhan rumah tangga seperti makanan, minuman, dan bahan makanan. Toko kelontong termasuk dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan pernah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia saat krisis pada tahun 1989.

Sebelum minimarket, pemilik toko kelontong Desa Pringgowirawan sebagian besar menghadapi persaingan dari toko kelontong sejenis lainnya, yang tidak banyak berpengaruh pada pendapatan mereka. Ini dianggap sebagai kelemahan minimarket bagi pemilik toko kelontong. Dampak negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Suharto dan Ana Retnoningsih, yang menyatakan bahwa dampak buruk adalah pengaruh dan hasil yang ditimbulkan oleh pengambilan keputusan yang buruk bagi orang lain dan lingkungan, atau bahwa pengambilan keputusan merugikan orang dan lingkungan dan menyebabkan kerugian di masa depan.¹¹¹

Menurut teori ini, yang didasarkan pada fakta yang sebenarnya terjadi di dunia nyata, terutama mengingat banyaknya bisnis toko kelontong di Desa Pringgowirawan, ada banyak pesaing, tetapi pengaruhnya tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilik toko kelontong. Usaha ini juga bisa dikatakan tidak terlalu menantang karena hanya membutuhkan modal dan tempat untuk beroperasi. Oleh karena itu dapat meningkatnya jumlah individu memulai usaha yang serupa. Namun dengan hadirnya minimarket toko kelontong dengan keterbatasan yang ditetapkan oleh toko tradisional tidak memungkinkan bisa bersaing dengan baik, yang ada pedagang toko tradisional tersingkirkan.

¹¹¹ Suharno dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2019), 243.

Di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, kehadiran minimarket berdampak buruk bagi pemilik toko kelontong, sehingga mengakibatkan penurunan pendapatan jumlah pelanggan. Terutama para pemilik toko kelontong yang menjual produk serupa dengan yang dijual di minimarket, seperti makanan atau kebutuhan rumah tangga lainnya.

Menurut apa yang ditemukan di lokasi penelitian, tepatnya di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember, melalui wawancara dengan pemilik toko kelontong yang menjual barang-barang serupa dengan yang ditemukan di minimarket, pemilik toko kelontong mengalami perubahan pendapatan dan pelanggan mereka setelah kedatangan minimarket.

Alasan mengapa orang menyukai berbelanja di minimarket adalah tanda status dan selera yang tinggi. Minimarket disukai masyarakat karena mempunyai tempat yang higienis, memiliki ruangan yang bersih, nyaman dan memberikan pelayanan memuaskan untuk berbelanja di minimarket. Di minimarket salah satu keunggulan juga bagi masyarakat yang ekonominya dapat digolongkan sebagai ekonomi kelas menengah ke atas tidak perlu memperdebatkan setiap transaksi. Selain itu, produk yang dijual lebih lengkap dan mudah didapatkan, khususnya bahan sembako dan berbagai kebutuhan lainnya. Minimarket juga menyediakan produk pabrik yang jarang didapatkan di toko kelontong,

seperti susu bubuk besar, coklat silverqueen, dan makanan yang viral sekarang ini.

Permintaan konsumen untuk berbelanja di minimarket daripada di toko kelontong menjadi penyebab turunnya daya beli masyarakat di toko kelontong. Karena resiko pengurangan timbangan dan kondisi toko kelontong yang tidak aman. Berbeda dengan minimarket yang memiliki lokasi yang bersih, mengundang dan memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Ternyata masih ada beberapa kelebihan yang dimiliki toko kelontong yang tidak dimiliki oleh minimarket, salah satunya adalah kontak sosial antara para pedagang dan pembeli saat melakukan tawar-menawar. Berbeda dengan minimarket yang mensyaratkan pembeli membayar harga yang telah ditentukan. Toko kelontong justru lebih menggambarkan denyut nadi perekonomian masyarakat.

Studi ini mendukung penelitian yang dilakukan pada tahun 2019

oleh Zumratul Muhzinat, yang menemukan bahwa kehadiran minimarket menyebabkan toko kelontong kehilangan pelanggan mereka dan juga mengakibatkan penurunan pendapatan. Variabel produk, harga, fasilitas, dan promosi minimarket memiliki dampak penting pada keuntungan pedagang. Sehingga dengan keberadaan minimarket memiliki dampak negatif secara keseluruhan pada pendapatan jumlah pembeli pada pedagang.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pendapatan dan jumlah pembeli pemilik toko kelontong dipengaruhi oleh keberadaan minimarket. Sebuah minimarket yang berdekatan dengan toko kelontong mengakibatkan jumlah pendapatan dan pembeli pada toko kelontong menurun.

Maka dari itu fokus penelitian tentang perubahan pendapatan dan jumlah pelanggan pada toko kelontong sebelum dan sesudah hadirnya minimarket di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember dalam kaitannya dengan teori dan permasalahan terkini itu sudah berdasarkan keadaan yang sebenarnya. Karena itu keberadaan minimarket disekitar toko kelontong mengakibatkan jumlah pendapatan dan pembeli menurun. Dapat dilihat, jika hal tersebut yang memberikan dampak negatif bagi pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.

3. Upaya yang dilakukan untuk menjaga eksistensi usaha toko kelontong

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan pada umumnya dan khususnya dalam bidang pemasaran. Selain itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dalam lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang

dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana menyeluruh, terintegrasi, dan terpadu di bidang pemasaran yang menawarkan arahan tentang tindakan yang harus diambil untuk mewujudkan tujuan pemasaran perusahaan. Menurut Tengku Firli Musfar, yang menulis buku Manajemen Pemasaran dan menegaskan bahwa teknik pemasaran terdiri dari 4 komponen, pemilik toko kelontong menggunakan strategi berikut:

a. Strategi Produk

Produk adalah barang yang dibuat atau di produksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak berwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Produk juga disebut suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simboik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, dan merk ditambah jasa layanan dari penjual dan reputasi.

Tujuan dari strategi produk dalam situasi ini adalah untuk memilih rute terbaik dan memberikan produk yang ideal ke target pasar untuk menyenangkan pelanggan dan seiring waktu meningkatkan profitabilitas untuk bisnis dengan meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

1. Memperbanyak jumlah barang

Strategi produk yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong salah satunya ialah dengan memperbanyak jumlah barang yang disediakan. Mengetahui bahwasannya di minimarket tersedia untuk semua barang. Hal ini membuat para pemilik toko kelontong untuk menambah jumlah stok barang agar bisa tetap bersaing dengan minimarket .

2. Meletakkan barang sesuai dengan jenisnya

Seiring berkembangnya zaman saat ini para pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan telah memperbaharui tata letak produk seperti yang dilakukan di minimarket. Dikarenakan dengan tertata rapi sebuah produk di suatu toko atau minimarket dapat membuat ketertarikan tersendiri bagi pembeli.

b. Strategi Harga

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar konsumen untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam definisi bauran pemasaran. Untuk mempertahankan usahanya para pemilik toko kelontong menetapkan harga wajar yang lebih murah daripada yang ada di minimarket untuk mempertahankan bisnisnya.

c. Strategi Tempat

Distribusi atau penempatan adalah komponen penting. Pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan perlu memahami bagaimana

mengatur stok mereka dan mendistribusikannya sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengaksesnya. Hal tersebut dating dengan pemahaman yang mendalam tentang target, pahami mereka dari dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang paling efisien yang dapat berbicara langsung dengan pasar kita. Para pemilik toko kelontong telah mengetahui bahwasannya strategi tempat memang diperlukan di dalam bisnis mereka. Dengan menempatkan toko di tepi jalan raya yang memudahkan para konsumen untuk berbelanja telah mereka lakukan.

d. Strategi Promosi

Promosi dalam bentuk apa pun merupakan suatu usaha untuk mempengaruhi pihak lain. Salah satu hal yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan dengan menggunakan promosi baik via whatsapp ataupun paltfrom digital lainnya dikala ada promo besar-besaran, dan juga ketika ada produk baru di tempat usaha.

Hal itu sesuai dengan yang di ungkapkan oleh Tengku Firli Musfar mengatakan bahwa strategi pemasaran meliputi empat unsur yang menjadi kunci dalam strategi pemasaran yaitu Strategi produk, yang kedua strategi harga, yang ketiga strategi tempat, dan yang keempat strategi promosi.¹¹²

¹¹² Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cv Media sains Indonesia, 2020), 12.

Kondisi para pemilik toko kelontong terhadap upaya untuk mempertahankan eksistensi usahanya juga terbilang cukup maksimal. Dikarenakan para pemilik toko kelontong menyadari bahwasannya seiring berkembangnya zaman hal itu pasti perlu diadakannya perubahan, baik dari segi barang, harga, tempat, maupun promosi.

Studi ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rina Arinskyah pada tahun 2020 dari Rina ariyansyah dari tahun 2020, yang mengemukakan bahwa bisnis modern memerlukan pendekatan unik untuk bertahan hidup.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa teknik pemasaran diperlukan bagi pemilik toko kelontong untuk mempertahankan bisnis mereka.

Maka fokus penelitian tentang upaya yang dilakukan untuk menjaga eksistensi usaha dengan menerapkan empat hal yang menjadi kunci dalam mengelola usahanya.

Dengan demikian ini dapat dikatakan bahwa mengubah tata letak ruang dan barang, mengubah sistem layanan, dan juga dapat membuka lapangan usaha adalah dampak positif dari keberadaan minimarket di Desa Pringgowirawan, dan melihat adanya penurunan penjualan dan pelanggan sebagai dampak dari kehadiran minimarket di Desa Pringgowirawan. Mereka juga melakukan upaya untuk menjaga bisnis mereka tetap bertahan dengan menerapkan empat hal

yang akhirnya menjadi pilar dasar: menerapkan strategi produk, harga, lokasi, dan promosi.

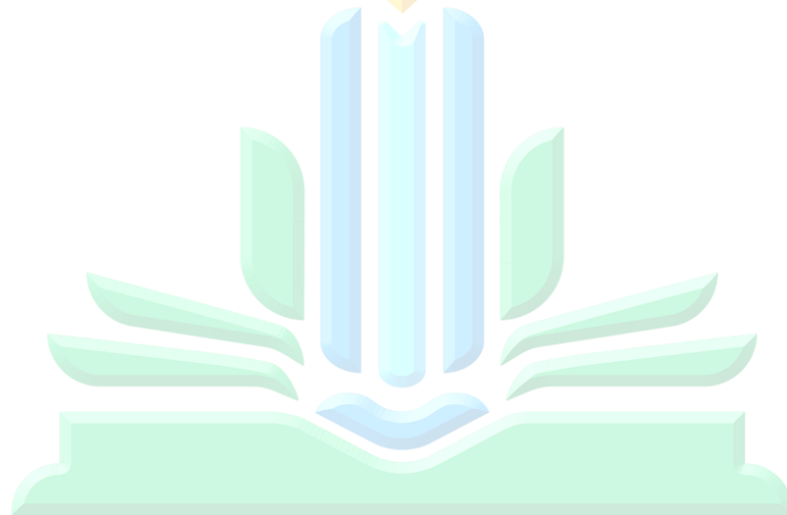
Tabel 4.8
Rangkuman Pembahasan Temuan

No	Temuan Penelitian	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
1.	Dampak positif dari keberadaan minimarket memberikan ide atau inovasi untuk tata ruang dan peletakan barang, mengubah sistem layanan menjadi mandiri, dan dapat membuka lapangan usaha bagi masyarakat sekitar.	Menggunakan teori dari I Wayan Adyana menyatakan bahwa Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.	Studi ini mendukung penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Zumratul Muhzinat, yang menyatakan keberadaan minimarket ini juga berdampak positif bagi para pemilik usaha toko kelontong.
2.	Dampak negatif dari berdirinya minimarket ditengah toko kelontong dapat menurunkan tingkat pendapatan dan juga jumlah pembeli terhadap pemilik toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember.	Menggunakan teori dari Suharto dan Ningsih yang menyatakan bahwa dampak negatif adalah pengaruh kuat yang	Studi ini mendukung penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Zumratul Muhzinat, yang menemukan

		mendatangkan akibat negatif.	bahwa kehadiran minimarket menyebabkan dealer toko kelontong kehilangan pelanggan mereka dan juga mengakibatkan penurunan pendapatan.
3.	Upaya yang dilakukan oleh pemilik toko kelontong untuk menjaga usahanya yakni dengan cara menerapkan smpat strategi dalam pengelolannya, yaitu menerapkan strategi barang, harga, tempat, dan juga promosi.	Menggunakan teori Tengku Firli Musfar yang menyatakan setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Seperti yang diketahui, strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (objektives), dalam situasi persaingan tertentu. Dalam strategi pemasaran ini terdapat strategi acuan/bauran	Studi ini mendukung penelitian dari Rina ariyansyah dari tahun 2020, yang mengemukakan bahwa bisnis modern memerlukan pendekatan unik untuk bertahan hidup.

		<p>pemasaran (marketing mix) yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.</p>	
--	--	--	--

Sumber: Data diolah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis dampak keberadaan minimarket modern untuk keberlangsungan usaha toko kelontong di desa Pringgowirawan serta pembahasan yang telah peneliti uraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak positif dari adanya minimarket modern untuk keberlangsungan usaha toko kelontong di desa Pringgowirawan adalah memberikan ide serta inovasi terhadap para pedagang toko kelontong untuk menata ruang dan barang yang rapi serta menambah jumlah barang dagangan, memberlakukan sistem layanan mandiri, serta dapat membuka lapangan usaha.
2. Dampak negatif dari adanya minimarket modern untuk keberlangsungan usaha toko kelontong di desa Pringgowirawan adalah terdiri dari bertambahnya pesaing, adanya penurunan jumlah omset dan jumlah pelanggan terhadap para pelaku usaha toko kelontong.
3. Upaya pemilik toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya yaitu terdiri dari memperbanyak produk, bersaing harga, memperluas tempat usaha, mengadakan promosi, memperbagus penampilan barang dan toko, serta menerapkan strategi 4p (produk, harga, tempat, dan promosi).

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan, untuk itu saran yang dapat peneliti berikan kepada para pengusaha toko kelontong adalah sebagaimana berikut:

1. Bagi Pedagang Toko Kelontong

Untuk pemilik bisnis Toko Kelontong menurut temuan penelitian itu harus dapat menangani lingkungan modern saat ini, terutama bagi pemilik toko kelontong yang menjual barang-barang yang mirip dengan yang ditemukan di minimarket. Karena pemilik bisnis toko kelontong harus memiliki strategi unik untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan mereka di era modern.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Dari hasil penelitian diharapkan Pemerintah Daerah hendaknya lebih memperhatikan pemberian izin usaha minimarket dan memilih lokasi yang jauh dari para pedagang toko kelontong agar dapat menumbuhkan persaingan yang sehat.

Daftar Pustaka

Buku

- Adnyana, I Wayan. *Raksasa Ritel di Kota Denpasar*, Bali: NILACAKRA Tm, 2021.
- Amalia, Euis. *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo persada, 2022.
- Anggi , Radna. *Manajemen Pemasaran*, Semarang: PT Grafindo Persada, 2019.
- Butarbutar, Marisis. *Manajemen Pemasaran*, Semarang: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Chistia, Whidya, Utami. *Manajemen Ritel, Startegi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2020.
- Guritno Mangkoesoebroto, *Ekonomi Publik*, Yogyakarta: BPFE, 2010.
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT gamedia Pustaka Utama, 2019.
- Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta. 2019.
- Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2017.
- Musfar, Tengku Firli. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Cv Media sains Indonesia, 2020.
- Rini, Ana S. *Sukses Buka Toko Kelontong*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2020.
- Retnoningsih, Suharto. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang: Widya Karya, 2022.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sundari, Ariefah. *Manajemen Ritel*. Lamongan: Academia Publication, 2021.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jember: IAIN Jember, 2019.

Jurnal & Skripsi

Alawiyah, Sindy. “Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional “. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018.

Arniansyah, Rina. “ Analisis Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Keberlangsungan Usaha Toko Kelontong “. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020.

Daulay , Sari Yolanda. “Dampak Keberadaan Mini Market Terhadap Warung Tradisional serta Persepsi Masyarakat Terhadap Mini Market dan Warung Tradisional “. Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2018.

Tampi, Andreas G Ch. “Dampak Pelayanan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Kesehatan Terhadap Masyarakat di Kelurahan Tingkulu,” *Ejournal Acta Diurna Komunikasi*, Vol.5, No.1, 2018.

Putro, Shandy Widjoyo. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, no.1, 2020.

Utami, Hesty Nurul, dan Iqbal Fauzi Akbar Firdaus. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis,” *Jurnal Ecodemica*, Vol.2, no.1 ,2018.

Hussurur , Septa. “ Analisis dampak pertumbuhan minimarket terhadap pedagang kelontong dalam perspektif ekonomi islam”. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Imro'atun, Halimah. “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kaki Lim di Sepanjang Jalan MT. Haryono Malang” Skripsi, IAIN Tulungagung, 2021.

Karim, Muhammad Shaf. “Analisis dampak keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.

Kurnianto, Bambang Tri. “Dampak Sosial Ekonomi Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menengah ,” *Jurnal Perbankan Syariah* 1, no.10 2018.

Liando, Gitti, dan Nurhayati. “Analisis Pendapatan Usaha Pedagang Eceran Sebelum dan Sesudah Berdirinya Alfamart di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu,” *AKPEM: Jurrnal Akutansi Keuangan dan Pemerintahan* 1, no. 1 (2019): 1-3.

- Lutfi, OK Laksamana. "Dampak Keberadaan Indomaret terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Tradisional di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan," *Journal of Economic Education* Vol.2 No.1, 2019.
- Marlius, Doni. "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang," *Jurnal Pundi* Vol. 1, no.1, 2017.
- Mardi, Rina Walmiaty. "Dampak Munculnya Minimarket Waralaba Terhadap Usaha Kecil Pada Kecamatan Medan Tuntungan Sumatera Utara," *Proseding Seminar Nasional Balikpapan Univercity Faculty of Ecomomics Seminar National dan Essay Competition*, Vol.1, No.16, Desember 2018.
- Sandi, Santi Pertiwi Hari, Mumun Maemunah. "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang," *Journal UPB Karawang*, Vol.5, No.1, 2019.
- Muhsinat, Zumratul, Siti Achiria, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura," *Iqtishadia: Jurnal dan Perbankan Syariah* 6, no.2 (Desember, 2019): 204.
- Multazam. "Analisis Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan" Skripsi, UIN Alaudin Makassar, 2020.
- Prabowo, Yoga Febryan. "*Strategi Pemasaran PT Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smratfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan*" Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Purnomo, Wahyudi. "Analisis *Strategi Pemasaran* Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada PT. Sentral Perkasa Jaya," *Journal Knowledge Industrial Engineering*, Vol. 7, no. 1, 2020.
- Sarwoko, Endi. "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di wilayah Kabupaten Malang," *Jurnal Ekonomi Modernisasi* Vol. 4, No.2, 2018.
- Sukrina, Ani. "Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Alfamaret dan Indomaret Terhadap Usaha Warung Tradisional di Kelurahan Delima Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah" Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.

Wahyu. “ *Analisis Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Usaha Mikro dan Kecil Dalam Prespektif Ekonomi Islam* “. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2018.

Wulansari, Febri. “*Dampak keberadaan minimarket terhadap pedagang pasar tradisional*” Skripsi, IAIN Purwekerto, 2020.

Undang-undang & Peraturan Pemerintah

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Wawancara & Observasi

Abdi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 29 Januari 2023.

Ishaq, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 29 Januari 2023.

Ina, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 08 Januari 2023.

Jupen, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 18 Januari 2023.

Suntono, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 29 Januari 2023.

Juma'an, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 29 Januari 2023.

Observasi di Desa pringgowirawan, Jember, 14 September 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pernyataan Keaslian Tulisan

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indira Reza Pramesty
 Nim : E20192018
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 31 Januari 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

Saya yang menyatakan



Indira Reza Pramesty

NIM. E20192018

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember

Identifikasi Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Jenis Jualan :

Pertanyaan:

1. Bagaimana dampak positif keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember ?

- a. Apakah berdirinya minimarket ini berdampak positif bagi usaha bapak/ibu?
- b. Apa saja dampak positif dari berdirinya minimarket di Desa Pringgowirawan?

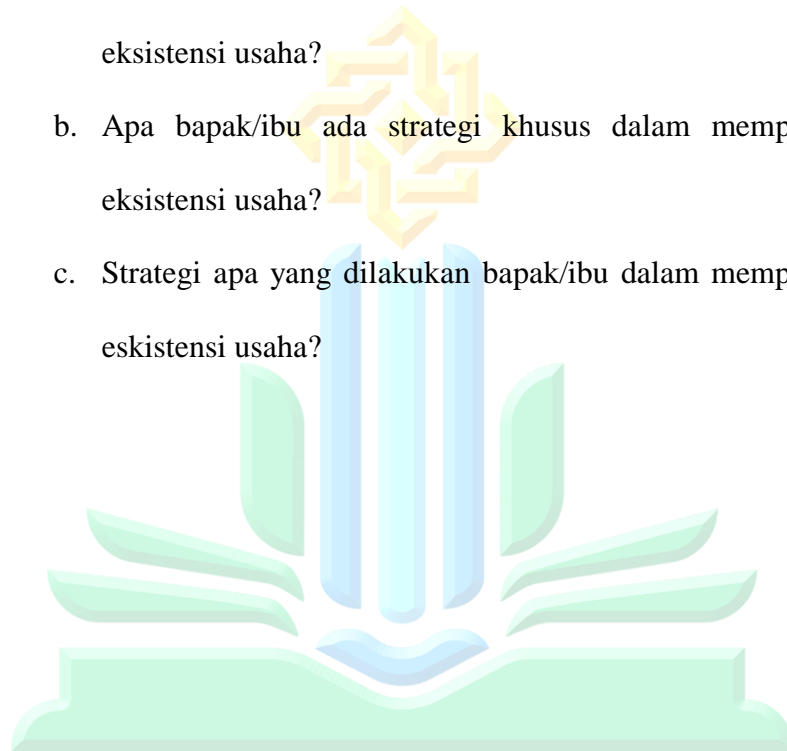
2. Bagaimana dampak negatif keberadaan minimarket bagi keberlangsungan toko kelontong di Desa Pringgowirawan, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember ?

- a. Bagaimana tanggapan bapak/ibu tentang keberadaan minimarket di Desa Pringgowirawan?
- b. Berapakah jumlah pendapatan bapak/ibu sebelum hadirnya minimarket di Desa Pringgowirawan?
- c. Berapa jumlah pendapatan bapak/ibu sesudah hadirnya minimarket di Desa Pringgowirawan?

- d. Apakah berdirinya minimarket mempengaruhi jumlah konsumen di toko bapak/ibu?

3. Apa upaya yang dilakukan oleh usaha toko kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya?

- a. Apa upaya yang dilakukan bapak/ibu untuk mempertahankan eksistensi usaha?
- b. Apa bapak/ibu ada strategi khusus dalam mempertahankan eksistensi usaha?
- c. Strategi apa yang dilakukan bapak/ibu dalam mempertahankan eskistensi usaha?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI



Dokumentasi wawancara dengan pemilik toko kelontong (Bapak Ishaq)



Dokumentasi wawancara dengan pemilik toko kelontong (Bapak Abdi)



Dokumentasi wawancara dengan pemilik toko kelontong (Ibu Jupen)



Dokumentasi wawancara dengan pemilik toko kelontong (Ibu Ina)



Dokumentasi wawancara dengan pegawai (Bapak Suntono)



Dokumentasi wawancara dengan pegawai toko kelontong (Bapak Jumaan)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-1609/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2022 21 Desember 2023
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.

Pemilik Toko RBK Sumber Rejeki

Jl. PB. Sudirman, Wedusan, Pringgowirawan, Kec. Sumberbaru

Kabupaten Jember, Jawa Timur 68156

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Indira Reza Pramesty
 NIM : E20192018
 Semester : VII (Tujuh)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Dampak Keberadaan Minimarket untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Kecamatan Sumberbaru di lingkungan wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

 Nuzul Widyawati Islami Rahayu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B- 1604/Un.22/7.a/PP.00.09/12/2022 21 Desember 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.

Pemilik Toko Bismillah

Jl. PB. Sudirman, Krajan, Pringgowirawan, Kec.Sumberbaru
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68156

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Indira Reza Pramesty
NIM : E20192018
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Dampak Keberadaan Minimarket untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Kecamatan Sumberbaru di lingkungan wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B-1609/Un.22/7.a/PP.00.09/12/2022 21 Desember 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
Pemilik Toko Agung Makmur
Jl. PB. Sudirman, Krajan, Pringgowirawan, Kec.Sumberbaru
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68156

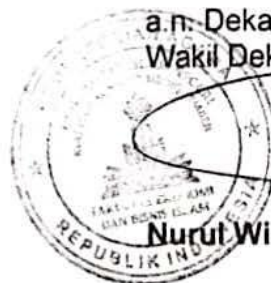
Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Indira Reza Pramesty
NIM : E20192018
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Dampak Keberadaan Minimarket untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Kecamatan Sumberbaru di lingkungan wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

Nomor : B-1609/Un.22/7.a/PP.00.09/12/2022 21 Desember 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
Pemilik Toko Abdi
Jl. PB. Sudirman, Wedusan, Pringgowirawan, Kec.Sumberbaru
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68156

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Indira Reza Pramesty
NIM : E20192018
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Dampak Keberadaan Minimarket untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Kecamatan Sumberbaru di lingkungan wewenang Bapak/Ibu.


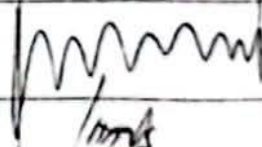


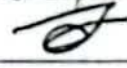

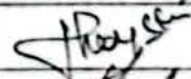
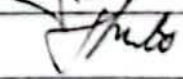
Demikian atas perkenan dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

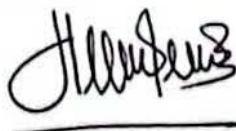
Nurul Widyawati Islami Rahayu



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI TOKO ABDI

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1.	Rabu/21 Desember 2022	Pengajuan surat izin penelitian	Bapak/Ibu pemilik toko kelontong	
2.	Senin /26 Januari 2022	Dokumentasi profil Desa Pringgowirawan	Bapak Shodiq	
3.	Minggu/08 Januari 2023	Wawancara	Ibu Ina	
4.	Rabu/18 Januari 2023	Wawancara	Ibu Jupen	
5.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Mas Ishaq	
6.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Abdi	
7.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Suntono	
8.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Juma'an	

Peneliti,



Indira Reza Pramesty


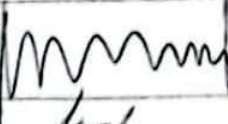
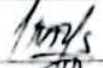

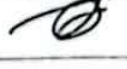
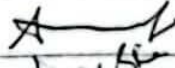
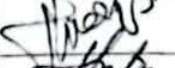
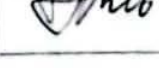
Jember, 31 Januari 2023

Pemilik Toko




Abdi

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI TOKO BISMILLAH**

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1.	Rabu/21 Desember 2022	Pengajuan surat izin penelitian	Bapak/Ibu pemilik toko kelontong	
2.	Senin /26 Januari 2022	Dokumentasi profil Desa Pringgowirawan	Bapak Shodiq	
3.	Minggu/08 Januari 2023	Wawancara	Ibu Ina	
4.	Rabu/18 Januari 2023	Wawancara	Ibu Jupen	
5.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Mas Ishaq	
6.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Abdi	
7.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Suntono	
8.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Juma'an	

Peneliti,



Indira Reza Pramesty


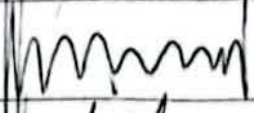
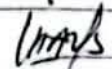
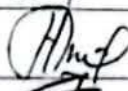

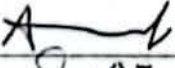
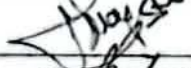
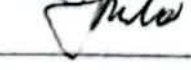
Jember, 31 Januari 2023

Pemilik Toko



Ina Kartika Budi Sari

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI TOKO AGUNG MAKMUR

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1.	Rabu/21 Desember 2022	Pengajuan surat izin penelitian	Bapak/Ibu pemilik toko kelontong	
2.	Senin /26 Januari 2022	Dokumentasi profil Desa Pringgowirawan	Bapak Shodiq	
3.	Minggu/08 Januari 2023	Wawancara	Ibu Ina	
4.	Rabu/18 Januari 2023	Wawancara	Ibu Jupen	
5.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Mas Ishaq	
6.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Abdi	
7.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Suntono	
8.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Juma'an	

Peneliti,






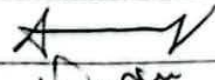
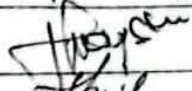
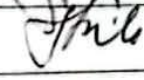


Indira Reza Pramesty

Jember, 31 Januari 2023



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI TOKO RBK SUMBER REJEKI

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1.	Rabu/21 Desember 2022	Pengajuan surat izin penelitian	Bapak/Ibu pemilik toko kelontong	
2.	Senin /26 Januari 2022	Dokumentasi profil Desa Pringgowirawan	Bapak Shodiq	
3.	Minggu/08 Januari 2023	Wawancara	Ibu Ina	
4.	Rabu/18 Januari 2023	Wawancara	Ibu Jupen	
5.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Mas Ishaq	
6.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Abdi	
7.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Suntono	
8.	Minggu/29 Januari 2023	Wawancara	Bapak Juma'an	

Peneliti,



Indira Reza Pramesty

Jember, 31 Januari 2023

Pemilik Toko



Muhammad Ishaq

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ina Kartika Budi Sari

Alamat : Jl. PB. Sudirman, Krajan, Pringgowirawan, Sumberbaru,
Jember

Jabatan: Pemilik Toko

Menerangkan bahwa:

Nama : Indira Reza Pramesty

Nim : E20192018

Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Alamat : Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten
Jember

Telah menyelesaikan penelitian di Toko kami dengan judul
“Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan
Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru
Kabupaten Jember” Demikian surat keterangan ini dibuat agar
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 31 Januari 2023

Pemilik Toko Kelontong



Ina Kartika Budi Sari

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuni Nur Iswana

Alamat : Jl. PB. Sudirman, Krajan, Pringgowirawan, Sumberbaru,
Jember

Jabatan : Pemilik Toko

Menerangkan bahwa:

Nama : Indira Reza Pramesty

Nim : E20192018

Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Alamat : Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten
Jember

Telah menyelesaikan penelitian di Toko kami dengan judul
“Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan
Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru
Kabupaten Jember” Demikian surat keterangan ini dibuat agar
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 31 Januari 2023



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Muhammad Ishaq

Alamat :Jl. PB. Sudirman, wedusan, Pringgowirawan, Sumberbaru,
Jember

Jabatan :Pemilik Toko

Menerangkan bahwa:

Nama :Indira Reza Pramesty

Nim :E20192018

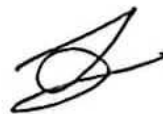
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Alamat : Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten
Jember

Telah menyelesaikan penelitian di Toko kami dengan judul
“Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan
Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru
Kabupaten Jember” Demikian surat keterangan ini dibuat agar
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 31 Januari 2023

Pemilik Toko Kelontong



Muhammad Ishaq

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdi

Alamat : Jl. PB. Sudirman, Wedusan , Pringgowirawan,
Sumberbaru, Jember

Jabatan : Pemilik Toko

Menerangkan bahwa:

Nama : Indira Reza Pramesty

Nim : E20192018

Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Alamat : Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten
Jember

Telah menyelesaikan penelitian di Toko kami dengan judul
**“Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan
Toko Kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru
Kabupaten Jember”** Demikian surat keterangan ini dibuat agar
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 31 Januari 2023

Pemilik Toko Kelontong



Abdi

Biodata Penulis



Biodata Diri:

Nama : Indira Reza Pramesty
 NIM : E20192018
 Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 08 Februari 2002
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
 Alamat : Desa Pringgowirawan RT.025 / RW 007,
 Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember
 Agama : Islam
 Nomor HP : 085732633699
 Email : indirarezapramrsty@gmail.com

Riwayat Pendidikan:

TK : TK Harapan
 SD : SDN Pringgowirawan 01
 MTS : MTS Nurul Jadid Paiton Probolinggo
 MA : MA Nurul Jadid Paiton Probolinggo
 Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember