

Volume 8 Nomor 2 Agustus 2023

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME
8

NOMOR
2

SINTANG
AGUSTUS
2023

e-ISSN
2541-0938
p-ISSN
2657-1528



DEWAN REDAKSI

Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)
Aditya Aditya Halim Perdana Kusuma, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Diyah Santi Hariyani, Universitas PGRI Madiun, Indonesia
Emilia Dewiwati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia
Husni Syahrudin, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Inda Fresti Puspitasari, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
Maria Ulfah, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Nikmatul Masruroh, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia
Nuraini Asriati, Universitas Tanjungpura, Indonesia
Rio Nardo, Universitas Binawan, Indonesia
Suwinto Johan, President University, Indonesia
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

TIM REVIEWER

Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Dadang Lesmana, Badan Riset dan Inovasi Daerah Kab. Kutai Timur, Indonesia
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia
Dudung Ma'ruf Nuris, Universitas Negeri Malang, Indonesia
Eko Eddy Supriyanto, STKIP Nahdlatul Ulama Tegal, Indonesia
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia
Muhammad Syaiful, Universitas Sembilanbelas November Kolaka
Mohammad Hamim Sultoni, Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia
M Dana Prihadi, Poltekkes YBA Bandung, Indonesia
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia
Muhammad Hasan, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Rahmattullah, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
Reni Yuliviona, Universitas Bung Hatta, Indonesia
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia
Sodik Dwi Purnomo, Universitas Wijaya kusuma Purwokerto, Indonesia
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
Suratno Suratno, Universitas Jambi, Indonesia
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia
Umi Kalsum, Universitas Sriwijaya, Indonesia
Yapiter Marpi, Universitas Jakarta, Indonesia
Zulfia Hanum Alfi Syahr, Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

Alamat Redaksi:

Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia

Email: jurnaljurkami@gmail.com

Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang





**DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET IRIYANTI
TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA TOKO KELONTONG DI BANGKALAN**

Multasiyeh Aprilia[✉], Aldila Septiana²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia¹²

[✉]Corresponding Author: imulapril43634@gmail.com

Author Email: aldila.septiana@stkipgri-bkl.ac.id

Article History:

Received: June 2023

Revision: June 2023

Accepted: June 2023

Published: August 2023

Keywords:

Impact;

Development;

Minimarket;

Grocery Store

Abstract:

As the Indonesian economy progresses, the modern retail industry is increasingly transforming the existence of the traditional retail industry. Modern retail companies are causing traditional stores or grocery stores today to become more and more constricted. Located among grocery stores, Iriyanti Minimarket in Gebang Village offers both advantages and disadvantages. The purpose of this research is to find out how the existence of the Iriyanti minimarket affects the survival of the grocery store industry in Bangkalan district. This research uses qualitative descriptive techniques. Techniques to obtain data using interviews and observation techniques. The research informant is a four-man grocery store owner. For data analysis use the qualitative analysis method described in detail. Data analysis is reduction, data presentation, and conclusion drawing. Research findings show that minimarket envy has a positive and negative impact on the business of grocery stores. There has been a change in sales turnover as well as a decrease in the number of customers and also affects the quality of grocery stores that only sell retail goods. Besides, the strategy of the grocery store business owner to maintain the existence of the business is still unseen and is still very minimal.

Sejarah Artikel

Diterima: Juni 2023

Direvisi: Juni 2023

Disetujui: Juni 2023

Diterbitkan: Agustus 2023

Kata kunci:

Dampak;

Perkembangan;

Minimarket;

Toko Kelontong

Abstrak:

Seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia, industri ritel modern semakin mengubah keberadaan industri ritel tradisional. Perusahaan ritel modern menyebabkan warung tradisional atau warung kelontong saat ini semakin terjepit. Terletak di antara toko kelontong, Minimarket Iriyanti di Desa Gebang menawarkan kelebihan dan kekurangan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana keberadaan minimarket Iriyanti mempengaruhi kelangsungan hidup industri toko kelontong di Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif kualitatif. Teknik untuk memperoleh data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Informan penelitian yaitu pemilik toko kelontong berjumlah 4 orang. Untuk analisis data menggunakan Metode analisis kualitatif yang dijelaskan secara rinci. Analisis data yakni reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minimarket iriyanti memiliki dampak positif dan negatif terhadap usaha toko kelontong. Terjadi perubahan omset penjualan serta menurunnya jumlah pelanggan dan juga berpengaruh pada kualitas toko kelontong yang hanya menjual barang eceran. Selain itu, strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha toko kelontong guna mempertahankan eksistensi usahanya masih belum terlihat dan masih sangat minim





How to Cite: Aprilia, M, Septiana, A. 2023. Dampak Keberadaan Minimarket Iriyanti Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Bangkalan. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8 (2) DOI : 10.31932/jpe.v8i2.2568

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat. Perubahan yang terjadi saat ini tentu sangat mempengaruhi perkembangan akan kebutuhan manusia dari masa ke masa, terutama perubahan dari kondisi sosial ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat ketika masyarakat memiliki status sosial ekonomi yang tinggi maka makin tinggi pula tuntutan akan kebutuhan hidup dan juga tuntutan akan pelayanan hidupnya. Kebanyakan masyarakat saat ini lebih menginginkan pelayanan yang memuaskan dan diimbangi dengan kualitas yang bagus pula karena dengan begitu masyarakat pasti akan memperoleh pelayanan yang sesuai harapan dan pada akhirnya dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Saat berbelanja konsumen biasanya lebih menyukai kebebasan, kebebasan dalam artian dapat memilih sendiri apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka butuhkan karena hal ini menjadi sensasi *me-time* tersendiri bagi mereka. Sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (Helmi, et al., 2019) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

Ritel modern merupakan salah satu tempat berbelanja yang memiliki konsep yang paling menonjol yaitu pembelinya dapat memilih dan mengambil sendiri apa yang mereka ingin beli. Dengan

berkembangnya zaman, semakin banyak pula toko ritel di Indonesia mulai dari minimarket, supermarket, dan hypermarket.

Pesatnya pertumbuhan toko ritel seperti minimarket Iriyanti di kawasan pemukiman, memberikan dampak positif dan negatif bagi toko kecil maupun masyarakat di sekitarnya. Adanya minimarket juga mempengaruhi “persepsi warga sekitar tentang penurunan penjualan dan pelanggan.” Hal ini juga memberikan pengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional yang sebagian besar merupakan usaha kecil yang dimiliki oleh perorangan. Di sisi lain, Pasar Modern dikelola secara profesional dengan segala fasilitasnya. Namun lain halnya dengan Pasar Tradisional yang masih menghadapi persoalan klasik mengenai pengelolaan yang tidak profesional serta ketidaknyamanan dalam berbelanja. Keberadaan bisnis ritel modern (minimarket) tentunya semakin mengubah keberadaan bisnis ritel tradisional seiring dengan semakin meningkatnya keberadaan bisnis ritel modern di Indonesia.

Menurut lembaga riset keuangan CLSA, melalui riset *E-warung Indonesia's new digital battleground* (Mujiyanto et al., 2021), menyatakan ritel tradisional mengontrol 65-70 persen dari total penjualan ritel di Indonesia dengan nilai rantai pasok produk ke ritel tradisional bahkan diperkirakan mencapai sedikitnya US\$58 miliar (sekitar Rp 817 triliun) per tahun. Menarik untuk diteliti karena retail tradisinal memegang peranan penting dalam perekonomian nasional.



Jumlah toko kelontong di kecamatan bangkalan khususnya di Desa Gebang tergolong banyak. Usaha ini juga terbilang tidak terlalu sulit sebab hanya memerlukan modal dan tempat untuk usaha tidak perlu menyewa atau membeli, cukup mendirikan usaha di rumah sendiri. Namun sekarang ini, para pedagang cukup merasakan dampak secara langsung dari kehadiran Minimarket Iriyanti dan dengan keterbatasan yang dimiliki oleh toko kelontong yang tidak memungkinkan untuk bisa bersaing secara baik, bahkan beberapa ada toko kelontong yang hampir tersingkir. Salah satu strategi yang cukup berhasil untuk bersaing yakni dengan menjual barang lain yang tidak di jual di Minimarket Iriyanti

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pramudiana dalam (Maulana et al., 2022) diketahui bahwasanya minimarket, supermarket beserta berbagai jenis pasar modern lainnya seiring berjalannya waktu telah membuat Pasar Tradisional semakin terpinggirkan, terutama untuk kalangan masyarakat yang tinggal dipertanian maupun pinggiran kota yang lebih memilih berbelanja di Pasar Modern dalam urusan pemenuhan kebutuhan sehari-harinya dan kebutuhan utama rumah tangga.

Ritel tradisional merupakan penjual eceran berupa toko-toko kelontong ataupun pasar-pasar tradisional. Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Proses transaksi di Pasar Tradisional terjadi tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur,

telur, daging, pakaian, elektronik, jasa dan lain-lain.

Ritel tradisional dapat dibagi kedalam 2 jenis yaitu Pasar tradisional dan toko kelontong. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Handayani et al., 2019). Menurut (Wibowo et al., 2022) Bentuk dari perusahaan pasar tradisional adalah perusahaan kelontong yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berada di wilayah perumahan, pedagang kaki lima, pedagang yang berjualan di pasar tradisional. Sedangkan menurut (Nurdewanto & Nugroho, 2020) toko kelontong adalah wirausaha rumahan yang berbentuk semacam warung yang melayani transaksi jual beli barang kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, camilan, dan sebagainya.

Toko kelontong ini dikatakan masih bersifat tradisional karena pembeli tidak bisa mengambil barang yang diinginkan. Toko kelontong ini pelayanan pembelian secara langsung antara pembeli dan penjual karena rak toko yang belum modern. Toko ini biasanya berada di desa-desa hingga perkotaan. Menurut (Chaniago, 2021) Konsumen di toko kelontong lebih senang dilayani langsung oleh pedagang atau pemilik langsung menjadi wiraniaganya. Konsumen suka berkomunikasi, bahkan ditanyakan kebutuhannya apa saja dan pedagang dengan cepat melayaninya. Berbeda dengan ritel tradisional, ritel

modern tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertransaksi secara langsung. Pembeli melihat harga pada label yang tercantum dalam barang dan pelayanannya secara mandiri (swalayan). Ritel modern (minimarket) lebih mengutamakan kenyamanan dalam berbelanja, terlihat dari ruangan yang ber AC, tempat yang bersih dan nyaman, dan biasanya terdapat *discount* yang banyak menarik minat masyarakat untuk berbelanja di ritel modern (minimarket). Merujuk pada penelitian (Helmi, et al., 2019) faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di ritel Modern yaitu kenyamanan lokasi, kenyamanan dalam berbelanja, fasilitas parkir, cara pembayaran, layanan yang baik pada pelanggan, kenyamanan untuk wanita pekerja, dan perilaku karyawan.

Ritel modern awalnya menyasar konsumen kelas menengah keatas. Namun seiring dengan berkembangnya sosial ekonomi masyarakat, ritel modern kini banyak didirikan tidak hanya di kota-kota besar tetapi di daerah kecamatan dan pedesaan pun sudah banyak ritel modern yang berdiri bahkan lokasinya tidak jauh antar satu sama lain dan kadang ada yang saling berhadapan bahkan berdampingan dengan toko kelontong. Seperti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan, hadirnya Iriyanti Minimarket sedikit menuai pro dan kontra. Hal ini disebabkan karena lokasi minimarket tersebut berada di antara toko kelontong dan juga berseberangan dengan toko kelontong. Kondisi ini tentu sangat meresahkan bagi para pemilik toko kelontong karena bagaimana pun juga masyarakat akan lebih tertarik berbelanja di minimarket daripada berbelanja di toko kelontong. Namun, hal ini juga memberi dampak positif bagi warga Desa Gebang karena semenjak adanya Iriyanti

Minimarket warga jadi lebih memiliki banyak pilihan dalam berbelanja baik dalam segi harga, pelayanan, jenis produk, maupun kualitas dari barang yang dibutuhkan.

Eksistensi dari keberadaan minimarket ini memiliki dampak yang cukup besar bagi para pedagang toko kelontong. Pasalnya kehadirannya telah membawa ancaman baru bagi para pedagang toko kelontong, bahkan ada yang hampir menutup usahanya dikarenakan konsumennya berpindah. Hal ini menyebabkan para pedagang toko kelontong dapat merasakan imbasnya secara langsung atas keberadaan pasar modern yakni minimarket. Salah satunya disebabkan oleh adanya penjualan produk yang sama di kedua tempat tersebut.

Dalam beberapa penelitian menunjukkan dampak kehadiran retail modern terhadap usaha UMKM. Seperti penelitian Tohri, et al., 2023 Dampak ekonomi yang negatif ditunjukkan oleh indikator menurunnya omset penjualan, penurunan pendapatan yang dan menurunnya kesempatan berusaha para pelaku UMKM. Dalam penelitian Kurniawan dan Azhar (2019) Hasil penelitian menunjukkan persepsi UMKM terhadap toko modern berdampak negatif dan positif. Dampak negatifnya, pendapatan UMKM mengalami penurunan. Dampak positifnya, kehadiran toko modern memberikan motivasi kepada UMKM untuk mengevaluasi diri dari toko modern.

Berdasarkan paparan diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket Iriyanti terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di desa gebang, kecamatan bangkalan.

METODE PENELITIAN



Metode yang digunakan berdasarkan data penelitian adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari para pemilik toko kelontong, konsumen, dan pegawai minimarket. Informan dalam penelitian berjumlah 4 orang. Teknik yang digunakan wawancara dan observasi yang digunakan yaitu observasi partisipasi. Adapun data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan. Teknik Analisis Data dalam penelitian ini Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Adapun langkah-langkah analisis data diantaranya Reduksi data, Penyajian data, yaitu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan. Penyajian data yang diperoleh dari berbagai jenis, jaringan kerja, keterkaitan kegiatan atau tabel, dan Penarikan kesimpulan. Keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung dengan studi dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini yang dijadikan informan berdasarkan jenis kelamin yaitu laki – laki sebanyak 2 orang dan perempuan sebanyak 3 orang sebagai pedagang toko kelontong sebagai sumber utama pendapatan. Dilihat dari usia pemilik toko kelontong, yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 1 orang, usia 31 – 40 tahun sebanyak 2 orang (50%), untuk usia 41 – 50 tahun sebanyak 1 orang. Berdasarkan tingkat pendidikan akhir yang menunjukkan pedagang yang pendidikan akhirnya SD sebanyak 1 orang, pedagang yang memiliki pendidikan akhir SMP sebanyak 1 orang, dan pedagang yang

memiliki pendidikan akhir SMA sebanyak 2 orang. Dengan kondisi ini dapat bahwa tingkat pendidikan yang cenderung rendah membuat para pedagang membuka usaha eceran dan grosir dengan sistem yang sangat sederhana atau masih tradisional dalam mengelola usahanya dan juga kurangnya pengetahuan bagaimana cara menarik pembeli menggunakan strategi promosi. Ditinjau dari lamanya toko kelontok beroperasi, toko kelontong yang berdiri sejak 6-10 tahun sebanyak 3 toko dan jumlah toko yang telah berdiri sejak lebih dari 11 tahun sebanyak 1 toko. Dari rata-rata lamanya usaha toko kelontong berdiri paling banyak berkisar antara 6 – 10 tahun terakhir, dilihat dari hal ini dapat dikatakan bahwa para pemilik toko kelontong sudah cukup berpengalaman dalam mengelola usahanya dan dapat dipastikan sudah merasakan dampak akan adanya minimarket iriyanti yang setiap tahun mengalami perkembangan

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, ketiga pemilik toko kelontong kurang setuju dan mengeluhkan adanya Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan, seperti halnya yang dikatakan Ibu Musayyeroh (38 tahun). Beliau menyatakan seperti berikut:

“Saya sebenarnya keberatan adanya Minimarket, karena adanya Minimarket Iriyanti pendapatan saya menurun setiap bulannya, para pelanggan saya juga beberapa pindah membeli kebutuhannya di Minimarket Iriyanti. Harganya juga lebih rendah yang disana saya yang hanya toko kecil sulit untuk mengimbanginya, jadi pembeli lebih suka belanja di Minimarket.”

Namun demikian tidak semua informan menolak adanya Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan, seperti Ibu Istiqomah (42 tahun) yang menyatakan:



“Kalo saya sih setuju – setuju aja adanya Minimarket Iriyanti, karena adanya Minimarket ini kan sudah menjadi tantangan pada zaman modern seperti saat ini, selain itu kan juga resiko nya orang membuka usaha.”

Dari hasil dari wawancara yang peneliti lakukan tersebut artinya ada pedagang yang tidak terima dengan hadirnya Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan, sedangkan pedagang yang menerima beranggapan bahwa sejak kehadiran Minimarket Iriyanti merupakan bagian dari kemajuan zaman yang tidak dapat dipungkiri keberadaannya dan sejauh ini menjadi perbincangan yang cukup hangat disebabkan tuntutan gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita, kemudian para pedagang meyakini bahwa rezeki akan datang pada masing-masing usaha yang dilakukan.

Keluhan semua pedagang yang menjadi informan penelitian atas hadirnya Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan terkait pelanggan yang beralih berbelanja ke Minimarket Iriyanti sejak hadirnya Minimarket ini di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan, seperti yang dikatakan oleh salah satu informan yang peneliti wawancarai yaitu Ibu Musayyeroh (38 tahun) yang mengatakan bahwa:

“Pasti ada karena itu sudah hak pembeli untuk memilih, toh Minimarket Iriyanti lebih bagus dan nyaman untuk dikunjungi tapi saya gak pernah masuk biasanya kalo saya mau beli-beli saya nyuruh anak saya”.

Kualitas pelayanan, kelengkapan barang dan kenyamanan dari Minimarket Iriyanti tentu membuat toko kelontong kalah bersaing. Konsumen lebih memilih beralih berbelanja ke Minimarket Iriyanti dari pada berbelanja di Toko Kelontong. Hal Ini sangat berpengaruh terhadap

permintaan barang di Toko Kelontong. Selera masyarakat yang sudah mulai terpengaruh akan sebuah kemewahan, membuat konsumen mulai enggan belanja di toko-toko tradisional atau toko kecil dan lebih memilih belanja di toko modern yang lebih mengutamakan kualitas, kenyamanan dan pelayanan. Oleh karena itu pasar tradisional perlu mengadopsi secara holistic penyuguhan kelayakan produk untuk konsumen sehingga mendapat suasana yang nyaman, untuk bersaing dengan toko modern (Efendi et al, 2022).

Beberapa dari pemilik toko kelontong sudah merasakan langsung akan dampak yang diberikan Minimarket Iriyanti, salah satu dampak yang dirasa cukup berpengaruh terhadap perkembangan usaha toko kelontong yaitu menurunnya pelanggan dari waktu ke waktu yang berakibat pada pendapatan yang semakin menurun. Tidak hanya adanya Minimarket Iriyanti tetapi bertambahnya usaha kecil yang lebih bervariasi dan lebih modern juga menambah kerisauan para pemilik toko kelontong.

Dampak hadirnya Minimarket Iriyanti memang cukup terasa bagi mereka pemilik usaha kecil. Keuntungan merupakan faktor yang penting bagi setiap pemilik usaha, khususnya bagi pemilik toko kelontong. Demi terjaganya keberlangsungan usaha mereka, hasil dari usaha yang diperoleh nantinya dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dan untuk modal usaha mereka di masa yang akan datang. Ditambah lagi beberapa dari mereka melakukan pembiayaan ke bank untuk tambahan modal awal usaha mereka dan tentu bukan dengan jumlah yang sedikit. Jika jumlah pelanggan toko eceran serta keuntungan yang didapat menurun maka hal ini akan berdampak terhadap kelangsungan usaha toko

kelontong atau bahkan ada yang sampai mengalihkan usahanya yang tadinya toko kelontong sebagai pendapatan utama tetapi terpaksa harus beralih usaha pada usaha lain demi tetap memenuhi kebutuhan hidup.

Dari hasil wawancara peneliti peroleh informasi hampir semua barang dagangan mengalami penurunan meskipun ada beberapa dari barang dagangan yang mengalami peningkatan, 1 pemilik toko kelontong merasakan adanya peningkatan pada penjualan beras sedangkan 3 pemilik toko lainnya justru mengalami penurunan pada penjualan beras, hal serupa juga terjadi pada penjualan susu dan jajanan ringan. Untuk penjualan gula pasir ada 2 toko mengalami penurunan. Menurut salah satu informan yaitu Ibu Musayyeroh (38 tahun):

“Kalo masalah penurunan omset ya jelas akan menurun, apalagi dari Minimarket Iriyanti melakukan promosi yang menarik. Hanya beberapa yang tetap stabil salah satunya yaitu konsumen biasanya beli bensin eceran, menurut beberapa konsumen mereka berpikir kalau bensin eceran lebih banyak dari pada bensin pom mini kalau hanya beli 1 liter”

Peneliti juga menanyakan tentang promosi melalui potongan harga di Minimarket Iriyanti, ada pengaruh terhadap pendapatan seperti yang disampaikan Bapak Haris (44 Tahun):

“Sangatlah berpengaruh karena konsumen itu lebih tertarik barang yang murah.”

Dari hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi yang dilakukan Minimarket Iriyanti selama ini memberikan pengaruh terhadap pendapatan mereka ditunjukkan dengan berkurangnya pembeli ketika sedang ada promosi di Minimarket Iriyanti, dan ada juga pemilik toko yang beranggapan bahwa promosi yang dilakukan Minimarket Iriyanti tidak begitu

memberikan pengaruh terhadap pendapatan mereka.

Namun ada ada pemilik toko beranggapan bahwa harga toko kelontong lebih murah daripada Minimarket Iriyanti bahkan saat ada promo atau *discount*. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Istiqomah (42 Tahun):

“Kalo dibilang pengaruh tidak begitu pengaruh karena tidak semuanya harga barang di Minimarket Iriyanti itu kan lebih murah dari toko kelontong jadi kalau ada promo paling yang harganya lebih mahal dari toko kelontong yang ada promonya dan harga promonya pun tidak jauh berbeda dengan harga normal di toko kelontong.”

Hasil penelitian tentang pelayanan yang diberikan oleh Minimarket Iriyanti dan dampaknya terhadap jumlah pelanggan toko kelontong, Ibu Musayyeroh (38 Tahun) beranggapan bahwa:

“Berpengaruh, karena pelayanan di Minimarket Iriyanti kan berbeda dengan toko kelontong, pembeli bisa dengan leluasa mengambil dan memilih barang – barang yang mereka butuhkan sedangkan di toko kelontong mereka tidak bisa memilih barang yang mereka butuhkan.”

Hal senada juga disampaikan Ulsiyeh (25 Tahun) yang mengatakan bahwa:

“Pelayanan di Minimarket Iriyanti memang jauh lebih baik dari pada di toko – toko kecil seperti ini, jelas hal itu akan mempengaruhi jumlah pelanggan. Tetapi tidak terlalu terasa bagi saya mungkin karena toko saya tidak terlalu dekat dengan Minimarket Iriyanti, selain itu pelanggan saya kan rata – rata yang lanjut usia sehingga mereka lebih suka dilayani dari pada mengambil barang sendiri kan bisa saja mereka tidak tau barangnya yang mana.”

Dari jawaban yang disampaikan informan bahwasannya toko kelontong juga memiliki keuntungan tersendiri dari pelayanan yang diberikannya, yaitu pelanggan Minimarket Iriyanti bisa dengan leluasa memilih barang yang mereka butuhkan. Sedangkan bagi pemilik toko kelontong merasa tidak terlalu di rugikan karena pembeli yang lanjut usia akan lebih memilih membeli kebutuhannya di toko kelontong, mereka hanya tinggal menyebutkan apa yang ingin mereka beli tidak perlu berjalan kesana kemari untuk mengambil barang yang ingin dibeli. Sejalan dengan pendapat (Priatana & Supiandi, 2021) dengan munculnya ritel modern ini, pasar tradisional akan mengalami penyusutan pelanggan dan pendapatannya, jika tidak diimbangi dengan pelayanan dan menejemen yang lebih baik.

Dalam kegiatan bisnis, toko kelontong harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Ketika seorang pedagang bersikap kompetitif maka pedagang tersebut memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain. Namun bukan berarti dapat menghalalkan segala cara, akan tetapi tetap bersaing dengan cara yang baik. Hal yang demikian telah tampak pada beberapa toko kelontong yang berdiri di sekitar Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan, siap tidak siap mereka harus tetap bersaing dengan Minimarket Iriyanti seperti pemaparan masing-masing dari informan.

Begitu beragam respon yang diberikan para pemilik toko kelontong atas hadirnya Minimarket Iriyanti di Kecamatan Bangkalan tepatnya di Desa Gebang, diantaranya ada yang beranggapan berdampak positif namun tidak sedikit yang merasakan dampak negatifnya terhadap

pendapatan usaha mereka. Sebab para pemilik toko kelontong merasa pendapatan dan jumlah pelanggan semakin berkurang dari waktu ke waktu.

Jawaban Ibu Istiqomah (42 Tahun) atas hadirnya Minimarket Iriyanti di Kecamatan Bangkalan tepatnya di Desa Gebang, berikut ini:

"Menurut ibu sih ada positif ada negatifnya, kalau positifnya yaa ini merupakan suatu bentuk kemajuan zaman-lah dan sudah pasti banyak usaha – usaha baru yang membuka lapangan kerja, tapi negatifnya yah seperti ibu ginilah otomatis adanya penurunan-penurunan omset."

Sedangkan menurut bapak Haris (44 Tahun) terkait dengan atas hadirnya Minimarket Iriyanti di Kecamatan Bangkalan tepatnya di Desa Gebang yaitu. *"Bisa dibilang negatiflah karena mematikan pedagang-pedagang seperti kami ini secara gak langsung kalau semakin besar dan semakin banyak yang dijual di Minimarket Iriyanti maka dampaknya juga semakin besar."*

Dari jawaban informan penelitian atas hadirnya Minimarket Iriyanti yang ada di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan lebih dominan memberikan dampak negatif, sebab para para pemilik toko kelontong merasakan langsung adanya penurunan-penurunan penjualan untuk beberapa tahun terakhir ini. Hal ini juga dibarengi dengan adanya penurunan pendapatan tiap-tiap toko kelontong. Diantara pedagang lainnya ada satu pedagang yang mengatakan berdampak positif karena sebagai bentuk dari kemajuan zaman dan sudah semestinya usaha berinovasi dari tahun ke tahun.

Hasil penelitian terkait penurunan pendapatan toko kelontong sebelum dan sesudah hadirnya Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan,



pedagang menyatakan mengalami penurunan pendapatan yang bervariasi. Ada pemilik toko kelontong yang mengalami penurunan pendapatan sebesar 30-35%, yang paling besar dialami jumlah penurunan sebesar 40%-50% disebabkan letak toko kelontongnya yang begitu dekat dengan Minimarket Iriyanti, bersebelahan dan berhadapan. Penurunan pendapatan yang tergolong rendah yakni 10%-20%. Pemilik toko yang mengalami penurunan sebesar 10% selain menjual barang kelontong, juga menjual bensin eceran menjadi alternatif sebagai tambahan pendapatannya dan didukung lokasi toko kelontong tidak terlalu dekat dari Minimarket Iriyanti sehingga penurunan pendapatannya tidak begitu signifikan. Hal ini sejalan dengan pendapat privana ekspektasi pendapatan merupakan faktor pendorong guna mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi. Artinya penjual dapat menambah barang yang dijual sebagai alternative mendapatkan tambahan penjualan.

Dari hasil wawancara peneliti peroleh data tentang pendapatan para pemilik toko kelontong per harinya sebelum dan setelah adanya Minimarket Iriyanti. Hasilnya menunjukkan telah terjadi adanya perubahan jumlah pendapatan perharinya untuk setiap toko kelontong. Hal ini tentu membuat pendapatan para pemilik toko kelontong menurun, diantaranya sebelum adanya Minimarket Iriyanti, 2 pemilik toko mengakui jumlah pendapatan tokonya sebesar 2-3 juta perhari, Namun setelah adanya Minimarket Iriyanti pendapatan toko kelontong mengalami penurunan omset penjualan, pada jumlah pendapatan sebesar 1 – 1,5 juta per hari. Sedangkan 2 pemilik toko lainnya mengakui jumlah pendapatannya sebesar 4-5 juta sebelum hadirnya Minimarket Iriyanti, namun

setelah hadir Minimarket Iriyanti, pendapatan toko turun menjadi berkisar 3 – 3,5 juta perhari.

Merujuk kepada Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 menyebutkan: Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.

Jadi toko kelontong sangat penting dalam proses penyaluran barang dan jasa. Tanpa toko kelontong sulit produsen menyalurkan barangnya, walaupun beberapa produsen dapat langsung menyalurkan barang kepada konsumen, tapi kegiatan tersebut tidak dapat diandalkan dan tidak efisien.

Toko Kelontong di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan umumnya hanya bersaing dengan toko kelontong saat sebelum adanya Minimarket Iriyanti dan hal ini tidak begitu terlalu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Pendapatan per hari yang dihasilkan oleh toko kelontong terbilang cukup stabil bahkan mengalami peningkatan. Dari usaha toko kelontong tersebut kebutuhan sehari-hari dapat tercukupi, bahkan tidak sedikit dari pemilik toko kelontong bisa memberikan pendidikan pada anaknya sampai ke jenjang perguruan tinggi dan dapat menopang perekonomian dalam keluarga untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan hidup.

Terlebih peneliti akui cukup banyak jumlah toko kelontong di kecamatan bangkalan khususnya di Desa Gebang, akan tetapi hal ini tidak menyurutkan usaha para



pemilik toko kelontong walaupun banyaknya saingan, kalau pun berpengaruh tidak terlalu berdampak bagi para pemilik toko. Usaha ini juga terbilang tidak terlalu sulit sebab hanya memerlukan modal dan tempat untuk usaha tidak perlu menyewa atau membeli, cukup mendirikan usaha di rumah sendiri. Oleh karena itu semakin banyaknya orang membuka usaha yang sama. Namun sekarang ini, para pedagang cukup merasakan dampak secara langsung dari Minimarket Iriyanti, dan dengan keterbatasan yang dimiliki oleh toko kelontong tidak memungkinkan untuk bisa bersaing secara baik, bahkan beberapa ada toko kelontong yang hampir tersingkir seperti yang dialami oleh Bapak Haris namun beliau cukup berhasil menghidupi tokonya kembali dengan menjual barang lain yang tidak di jual di Minimarket Iriyanti.

Hasil wawancara dan observasi terhadap toko kelontong yang telah peneliti lakukan, dari beberapa responden mengatakan sebelum adanya Minimarket Iriyanti, pendapatan mereka dapat dikatakan lumayan, akan tetapi sekarang tidak lagi demikian. Sebagaimana pendapat (Syahrudin, 2022) menjadi pengusaha dapat menghasilkan pendapatan yang sangat besar dan tidak terbatas, meskipun pendapatan tersebut tidak terduga, terkadang lebih tinggi dari yang diperkirakan, terkadang lebih dari yang diharapkan.

Awalnya toko kelontong yang ada pun dahulu mengalami perkembangan dengan baik, memiliki pelanggan tetap, namun adanya perubahan gaya hidup seperti pandangan konsumen terhadap Minimarket Iriyanti adalah sebagai tempat yang nyaman, harga terjangkau serta pelayanan yang baik sudah terlihat dengan jelas. Dan tidak perlu bertanya berulang

kali mengenai harga, dan fasilitas yang memadai untuk berbelanja, dibandingkan dengan toko kelontong. Seperti halnya yang kita ketahui bahwa masyarakat merasa lebih puas jika berbelanja ke Minimarket Iriyanti, dan mungkin lebih mudah dijangkau.

Dari hasil wawancara terhadap para pemilik toko, mereka mengakui untuk beberapa tahun terakhir ini Minimarket Iriyanti memberikan dampak yang cukup terasa yakni penurunan pelanggan, omset dan pendapatan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dengan hadirnya Minimarket Iriyanti, sangat berdampak terhadap kelangsungan usaha para pemilik toko kelontong di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yakni pendapatan toko kelontong sebelum adanya Minimarket Iriyanti di Desa Gebang Kecamatan Bangkalan cukup stabil. Dampak sesudah adanya Minimarket Iriyanti terhadap pendapatan toko kelontong di Desa Gebang, Kecamatan Bangkalan yakni mengalami penurunan pendapatan dan penurunan omset penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago, H. 2021. *Manajemen Ritel dan Implementasinya*. Jakarta: PT Edukasi Riset Digital
- Efendi, F., Lasmawan, I., & Suastika, I. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kelontong di Wilayah Pedesaan Bonto Jaya (Studi kasus Bonto Jaya). *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 749 - 760. doi:10.46930/ojsuda.v30i2.2386
- Handayani, W., Iriyanti, E., Safeyah, M., &



- Hardjanti, S. (2019). Improving Traditional Market Sustainability In 64The Industrial 4.0 Era Through Impulsive Buying Strategy: A Case In East Java, Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(3), 1045–1056
- Helmi, S., Syah, L.Y., Agustian, W. 2019. Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Dari Ritel Tradisional Ke Ritel Modern(Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Palembang) *JIBMp-ISSN:2085-0336e-ISSN: 2655-8531* Vol. 2, No. 1, 2019
- Maulana, S., Dawam, A., & Septiana, A. (2022). *Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi*. 14(1), 175–181.
- Mujiyanto, M., Ramaditya, M., Mustika, M., Tanurahrjo, H., & Maronrong, R. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 pada UMKM Warung Ritel Tradisional di Indonesia dan Strategi Bertahannya. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 60 - 74.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.494>
- Nurdewanto, B., Nugroho, F.A. 2020. Website “E-Tokel” Untuk Meningkatkan Penjualanpada Toko Kelontong Sari Nugraha Malang. Seminar Nasional Sistem Informasi 2020, 20 Oktober 2020 Fakultas Teknologi Informasi –UNMER Malang
- Priatana, I. A., & Supiandi, G. (2021). Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 191-197.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v4i3.253>
- Syahrudin, H., 2022. Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Kartini Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 7 (2) DOI : 10.31932/jpe.v7i2.1986
- Tohri, A., Mastur, M., Habibuddin, H., Syamsiar, H., & Parhanuddin, L. (2023). Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5(1), 45-56.
<https://doi.org/10.29303/resiprokal.v5i1.280>
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008
- Wibowo, F., Khasanah, A.U, Putra, F.I.F.S. 2022. Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemendan Bisnis Tahun 2022, Volume 7, nomor 1, ISSN: 1410-4571, E-ISSN: 2541-2604*

