

Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Tiga Amanah Terhadap Omset Toko Kelontong di Sekitar Jalan Rajawali Gonilan

Katherine Gisella Utomo^{1*}, Era Trianita Saputra²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Surakarta.

¹Email : katherineutomo07@gmail.com

²Email : saputraera18@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam tentang omset toko kelontong, khususnya yang ada di Jalan Rajawali Gonilan, dan apakah ada dampak pada pendapatan pedagang baik sebelum maupun sesudah hadirnya Minimarket Tiga Amanah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan toko kelontong untuk mempertahankan usahanya dan apa saja yang menjadi daya tarik dari Minimarket Tiga Amanah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian menggunakan teknik purposive sampling yang mana Informan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pemilik toko kelontong yang ada disekitar lokasi minimarket serta konsumen yang sering berbelanja di minimarket sebagai informan pendukung. Untuk menguji keabsahan data yang telah diambil, penulis menggunakan teknik triangulasi yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya minimarket sangat berpengaruh terhadap omset penjualan toko kelontong di sekitar jalan Rajawali Gonilan.

Kata Kunci : Dampak, Minimarket, Omset, Toko Kelontong, Kualitatif.

Analysis of the Impact of the Presence of the Three Amanah Minimarket on the Turnover of Grocery Stores Around Jalan Rajawali Gonilan

Abstract

This study aims to find out more about the turnover of grocery stores especially those in Jalan Rajawali Gonilan, if there is any impact on the income of traders before and after the opening of Tiga Amanah mini mart in the area. This study also aims to find out what efforts are made by grocery stores to maintain their business and what are the attractions of Tiga Amanah mini mart. This study uses a qualitative research method. The study uses a purposive sampling technique where the informants used in this study are grocery store owners around the location of the mini mart and consumers who often shop at the mini mart as supporting informants. To test the validity of the data that was collected, the author uses a triangulation technique which uses observation, interviews and documentation to collect data. The results of the study indicate that the presence of mini marts greatly influences the turnover of grocery stores around Jalan Rajawali Gonilan.

Keywords : *Impact, Convenience store, Turnover, Grocery store, Qualitative*

PENDAHULUAN

Pada era *modern* saat ini, pertumbuhan toko *modern*, seperti minimarket berkembang pesat di seluruh wilayah Indonesia. Keberadaan toko-toko ini begitu banyak, bahkan sering kali berdampingan satu sama lain, menciptakan persaingan yang ketat di antara perusahaan-perusahaan yang terlibat. Perubahan dalam kehidupan manusia tidak terlepas dari kemajuan masyarakat dan teknologi, yang telah mengubah pola hidup masyarakat menuju gaya hidup yang lebih modern (Rahayu et al., 2021).

Minimarket adalah salah satu toko *modern* yang berkembang pesat di tanah air. Minimarket telah masuk ke daerah pinggiran kota yang padat penduduk, bahkan di pedesaan. Akibatnya,

eksistensi pedagang kecil semakin terbatas. Munculnya minimarket di daerah pemukiman pasti akan berdampak negatif atau positif bagi penduduk di sekitarnya (Miranti, 2019).

Pedagang tradisional, seperti pedagang kelontong, kini merasakan kecemasan akibat semakin banyaknya minimarket. Bisnis yang telah mereka bangun selama ini terancam menghadapi kebangkrutan. Konsumen cenderung memilih berbelanja di minimarket karena lokasi yang bersih, layanan yang memuaskan, serta harga yang terjangkau. Dalam dunia ekonomi, pengusaha dituntut untuk menggabungkan berbagai faktor produksi agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Muhzinat & Achiria, 2019).

Kehadiran Minimarket Tiga Amanah di Jalan Rajawali Gonilan memberikan dampak perubahan terhadap warung tradisional atau toko kelontong di sekitar, karena masyarakat sebagian besar beralih berbelanja di Minimarket Tiga Amanah daripada di toko kelontong. *Display* barang dan diskon yang diberikan minimarket membuat konsumen lebih nyaman dan tertarik ketika berbelanja. Namun tidak hanya warga sekitar yang berbelanja di minimarket tersebut, tetapi banyak dari warga lain yang jauh-jauh datang hanya untuk berbelanja disitu karena harganya yang cukup murah dibandingkan dengan minimarket ataupun toko kelontong lain. Kehadiran Minimarket Tiga Amanah telah membawa banyak perubahan, terutama dalam aspek sosial dan ekonomi. Hal tersebut sangat berdampak pada omset toko kelontong sekitar.

Sudah banyak penelitian yang membahas dampak keberadaan minimarket terhadap warung kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Selpi Yana Br. Ginting (2018) menunjukkan bahwa keberadaan minimarket alfamart dan indomaret memiliki hubungan dengan tingkat penghasilan pedagang tradisional di wilayah Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket seperti Alfamart dan Indomaret memiliki hubungan yang erat dengan tingkat penghasilan pedagang tradisional. Dampak paling nyata yang dirasakan oleh para pedagang tradisional adalah penurunan omset yang signifikan, berkisar antara 25% hingga 60%. Sebagian besar mengakui bahwa penurunan ini disebabkan oleh fakta bahwa pelanggan saat ini lebih suka berbelanja di toko lengkap seperti Alfamart dan Indomaret, yang lebih lengkap dan menarik pelanggan.

Penelitian yang sama juga telah dilakukan oleh Miranti (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omset Pedagang Warung Kelontong Di Jalan Manuruki Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran minimarket memberi dampak negatif terhadap omset pedagang warung kelontong di jalan Manuruki Makassar. Pelayanan, lokasi yang berdekatan dengan pemukiman, barang dagangan yang lengkap serta perubahan gaya hidup membuat konsumen lebih tertarik berbelanja di minimarket. Modal yang terbatas terpaksa membuat pedagang warung kelontong untuk berjualan dengan cara seadanya, hal ini tentu berdampak pada keberlangsungan usaha warung kelontong mereka.

Berdasarkan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa munculnya minimarket terhadap warung kecil secara jelas berdampak negatif pada pendapatan, omzet, dan jumlah pelanggan warung kecil. Di sisi lain, munculnya minimarket sendiri memiliki dampak positif, karena membuka lebih banyak pekerjaan dan mengurangi pengangguran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih banyak tentang penjualan toko kelontong, khususnya yang ada di Jalan Rajawali Gonilan, serta bagaimana pendapatan pedagang dipengaruhi oleh keberadaan Minimarket Tiga Amanah sebelum dan sesudahnya. Dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omzet Toko Kelontong Di Sekitar Jalan Rajawali Gonilan”.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: 1. Apa saja dampak dari keberadaan Minimarket Tiga Amanah terhadap toko kelontong di Jalan Rajawali Gonilan? 2. Bagaimana upaya yang dilakukan toko kelontong di Jalan Rajawali Gonilan untuk mempertahankan eksistensi usahanya? 3. Apa saja yang menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja di Minimarket Tiga Amanah?

KAJIAN TEORI

Teori Perubahan Sosial (*Cultural Materialisme*)

Perubahan dapat terjadi sebagai akibat dari modifikasi terhadap berbagai pola kehidupan yang disebabkan oleh berbagai kondisi. Menurut Rahayu (2021) perubahan sosial adalah mekanisme masyarakat dalam mempertahankan kelangsungan hidup. Fakta menunjukkan bahwa masyarakat beradaptasi terhadap lingkungan melalui cara memproduksi makanan dan mengatur populasi agar keseimbangan makanan dan populasi terjaga. Terdapat tiga faktor yang mendorong terjadinya perubahan, yaitu infrastruktur, struktur, dan suprastruktur, semuanya dapat dipahami sebagai fenomena etis.

Pengertian Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak adalah benturan, pengaruh kuat yang menghasilkan hasil yang baik atau buruk (KBBI ONLINE, 2024). Pengaruh atau akibat adalah istilah sederhana untuk bias. Seringkali, keputusan yang diambil oleh seseorang atau dirinya sendiri memiliki konsekuensi yang berbeda, baik positif maupun negatif.

Minimarket

Minimarket merupakan salah satu tempat berbelanja yang cukup luas dan nyaman, serta lokasinya tidak jauh dari pemukiman warga. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern mengatur minimarket dalam arti "toko *modern*". Menurut Pasal 1 Angka 5 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko *Modern*, toko *modern* adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Warung Kecil (Toko Kelontong)

Warung kecil, juga dikenal sebagai toko kelontong, adalah bisnis mikro yang dimiliki dan dikelola oleh individu. Toko kelontong ini menawarkan berbagai barang dan memberikan pelayanan kepada pelanggan yang datang untuk berbelanja secara mandiri, dengan bantuan langsung dari para pelayan toko. Pelayan toko juga berfungsi sebagai kasir di toko kelontong skala kecil. Menurut Nurdewanto & Nugroho (2020), toko kelontong adalah bisnis rumahan seperti warung yang menjual barang kebutuhan sehari-hari seperti sembako, minuman, dan cemilan.

Jadi, Toko kelontong dapat dianggap sebagai usaha mikro jika disesuaikan dengan definisi UU No. 20 Tahun 2008. Undang-Undang tersebut mengatur bahwa usaha mikro adalah jenis usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha, yang tidak merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lain. Selain itu, usaha mikro ini juga tidak dimiliki, dikuasai, atau terikat, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar sesuai dengan kriteria usaha kecil yang ditetapkan oleh Undang-Undang.

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen berbelanja bahan makanan harian di pasar *modern* dan pasar tradisional :

a. Harga

Menurut Indrasari (2019) harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau barang. Harga adalah sejumlah uang yang memiliki nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari suatu produk atau jasa (Handayani & Fathoni, 2019). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah karakter berupa sejumlah uang yang dapat ditukarkan dengan suatu barang atau jasa melalui pembelian.. Promosi dan diskon membuat harga yang sering ditawarkan di minimarket menarik pelanggan.

b. Individu

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "individu" diartikan sebagai seorang pribadi yang terpisah dari yang lain, organisme yang hidup secara mandiri, atau dalam konteks fisiologis, bersifat bebas. Berbagai aspek individu, seperti usia, pendapatan, dan gaya hidup, juga memengaruhi keputusan pembelian mereka.

c. Kualitas produk

Menurut Ely (2019), kualitas produk didefinisikan sebagai totalitas dengan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Produk berkualitas adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen yang dapat diperhatikan, digunakan, dibeli, dan dinikmati oleh baik produsen maupun konsumen, sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing (Miguna & Nurhafifah, 2020).

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mencerminkan keseluruhan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang mampu menunjukkan seberapa besar tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

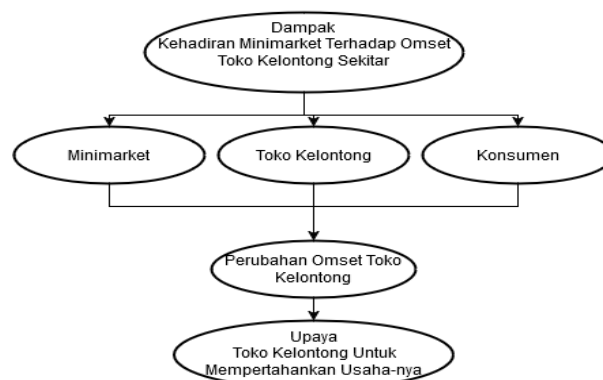
Omset Penjualan

Kata omset penjualan mengacu pada jumlah, dan penjualan adalah kegiatan menjual barang dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, omset penjualan merujuk pada total keuntungan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa. Penjualan adalah proses di mana produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan pembeli atau konsumen guna mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan (Rindiani, 2023).

Omset penjualan adalah total penghasilan yang dihasilkan dari penjualan produk atau barang dagangan dalam jangka waktu tertentu. Menurut Wahyuni (2020), omzet adalah total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa dalam periode waktu tertentu. Oleh karena itu, nilai total barang atau jasa yang dijual dalam periode tertentu berdasarkan jumlah uang yang diterima disebut omset penjualan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa omset penjualan yang dihasilkan oleh toko kelontong dari penjualan barang bertujuan utama untuk meraih keuntungan/laba. Omset penjualan memiliki dampak positif terhadap laba usaha. Ketika omset penjualan meningkat, keuntungan yang diperoleh toko kelontong juga akan meningkat, tetapi jika omset penjualan turun, keuntungan yang diperoleh juga akan turun.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti dalam konteks ilmiah (seperti eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen. Teknik pengumpulan data dan analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada pemaknaan daripada sekadar angka atau statistik..

Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sejumlah toko kelontong yang berlokasi di sekitar Minimarket Tiga Amanah yang terletak di Jalan Rajawali Gonilan, Kecamatan Kartasura. Hal ini dilakukan karena kami memperhatikan banyaknya konsumen yang terus berdatangan ke minimarket tersebut, yang berdampak pada penurunan jumlah pengunjung di beberapa toko kelontong setempat.

Teknik Penentuan Informan

Menurut Sugiyono (2020), dalam penelitian kualitatif teknik sampling yang lebih sering digunakan adalah purposive sampling dan snowball sampling. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya, orang yang dipilih dianggap paling mengetahui informasi yang kita butuhkan. Snowball sampling adalah teknik pengambilan sumber data yang jumlahnya awalnya kecil tetapi kemudian menjadi lebih besar karena sumber data yang lebih kecil tidak dapat memberikan data yang memadai, sehingga dicari informan lain untuk digunakan sebagai sumber data. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling sebagai informan pendukung. Pemilik toko kelontong yang ada di sekitar minimarket dan konsumen yang sering berbelanja di sana digunakan sebagai informan pendukung dalam penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Research*), yang berarti peneliti melakukan penelitian langsung di tempat yang dimaksud. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan selama proses analisis, peneliti meninjau toko dan minimarket Tiga Amanah di sekitar Jalan Rajawali Gonilan, serta pelanggan yang sering berbelanja di sana.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Observasi

Untuk mengumpulkan data, observasi dilakukan dengan melihat objek penelitian secara langsung. Peneliti mengunjungi toko kelontong yang berada di sekitar lokasi yang dijadikan sebagai bahan penelitian.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi tentang rumusan yang akan diteliti. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi tentang karakteristik pebisnis ritel sehubungan dengan berbagai faktor dan dampak penjualan. Wawancara ini dilakukan dengan jenis wawancara tidak terstruktur, yang berarti peneliti telah menyiapkan bahan wawancara dengan cermat, tetapi informasi disampaikan secara bebas dan dalam suasana yang tidak formal.

3. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk mengumpulkan data secara langsung dari lokasi penelitian atau sebagai bukti adanya observasi yang dilakukan di tempat yang akan diteliti. Jenis-jenis dokumentasi ini meliputi dokumen tertulis, foto-foto, dan gambar yang dapat memperkuat proses penelitian.

Teknik Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang telah diperoleh dari penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Alfansyur Andarusni & Mariyani (2020) menjelaskan bahwa metode triangulasi adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas suatu informasi. Metode ini berfungsi untuk memastikan apakah informasi yang diperoleh dari penelitian dapat dianggap akurat. Dengan triangulasi, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang telah ada. Menurut Sugiyono (2020) Teknik triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai metode serta sumber data yang telah ada.

Dalam hal ini, terdapat tiga jenis triangulasi yang dapat dilakukan, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Dalam hal ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yang berarti menggali kebenaran informasi tertentu dengan memanfaatkan berbagai metode dan sumber dalam pengumpulan data. Selain wawancara dan observasi, peneliti juga dapat memanfaatkan metode lain seperti observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, serta gambar atau foto.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Persepsi pelaku usaha toko kelontong terhadap dampak kehadiran minimarket

Toko kelontong dan minimarket *modern* bersaing pada tingkat yang sama karena hampir semua barang yang dijual di toko kelontong dapat ditemukan di minimarket modern. Dengan demikian, jarak antara toko kelontong dan minimarket yang berdekatan dapat memicu persaingan dalam berbagai aspek, termasuk pendapatan dan jumlah pelanggan yang berbelanja, yang pada gilirannya akan menghasilkan segmentasi persaingan antara toko kelontong dan minimarket *modern*. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Supriyono pemilik Toko Supriyono yang ada di Jalan Rajawali Gonilan menyatakan bahwa :

“Dengan kehadirannya minimarket di dekat toko saya ini membuat beberapa pelanggan toko saya berkurang, karena di minimarket tersebut barang yang dijual jauh lebih lengkap dibandingkan toko saya”. “Omset yang dulu saya dapat per hari bisa 2juta sekarang susah untuk dapat segitu”. “Hal ini tentunya berdampak pada omset toko saya, namun mau bagaimana lagi nama nya juga sama-sama mencari rezeki jadi saya tidak terlalu memperlmasalahkan”.

Kemudian persepsi dari Ibu Yanti pemilik Toko Kelontong Viko menyatakan bahwa : “Adanya minimarket disitu cukup berpengaruh pada toko saya ini, tapi bagi saya tidak terlalu masalah karena barang yang saya jual cuma berfokus pada sembako dan rokok saja”. “Untuk omset sekarang ini susah untuk dapat 1 juta/hari, padahal dulu sehari 1 juta gampang dapatnya”.

Dampak kehadiran minimarket ini juga dirasakan oleh Toko Aprilia yang mana pemiliknya Ibu Santi menyatakan : “Sejak adanya minimarket disitu membuat beberapa pelanggan saya berkurang ada juga yang membanding-bandingkan harga di toko saya dengan di minimarket”. “Omset saya juga jadi turun, tapi ya mau gimana lagi soalnya sama-sama usaha juga kan”. “Tapi ya memang di minimarket situ lebih murah harganya, saya juga kadang belanja disitu kalau barang di toko saya tidak ada”.

Selanjutnya persepsi dari Bapak Budi pemilik Toko Fara di Jalan Rajawali Gonilan : “ Bagi saya ya memang adanya minimarket di sekitar sini cukup berdampak bagi toko-toko sekitar, tapi tidak terlalu untuk toko saya”. “Untuk omset saya paling cuma turun sedikit sih tidak terlalu banyak”. “Jadi adanya minimarket disitu tidak terlalu berpengaruh buat toko saya”.

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kehadiran minimarket terhadap omset toko kelontong begitu berpengaruh, namun toko kelontong harus mempunyai upaya atau strategi agar toko tetap bertahan dan omset yang menurun bisa stabil atau naik kembali.

Upaya yang dilakukan toko kelontong untuk mempertahankan usahanya

Setiap toko kelontong pasti memiliki strategi atau upaya masing-masing untuk mempertahankan toko mereka dan cara nya pun berbeda-beda. Dengan kehadiran minimarket di Jalan Rajawali membuat beberapa toko kelontong melakukan berbagai macam upaya untuk mempertahankan usahanya, seperti hal nya yang dilakukan oleh salah satu pemilik toko kelontong Bapak Supriyono yang menyatakan : “Hadirnya minimarket di dekat toko saya ini menjadi PR buat saya, gimana caranya saya bisa menaikkan lagi omset saya yang turun”. “Ya saya mencoba buka toko lebih awal sebelum minimarket buka dan tutupnya jadi agak malem nunggu minimarket tutup dulu”.

Selanjutnya Ibu Yanti pemilik Toko Viko menyampaikan : “Kalo saya cuma mengandalkan dari omset toko saja tidak cukup untuk kebutuhan keluarga”. “Buat tambah-tambah penghasilan saya juga buka laundry buat sampingan saja, misal nanti omset dari toko saya enggak bisa balik modal kan nanti saya bisa pakai keuntungan hasil laundry buat modal belanja toko”.

Kemudian ada Ibu Santi pemilik Toko Aprilia juga menyampaikan : “Semenjak omset toko menurun saya jadi membuka toko 24 jam, soalnya jarang juga toko-toko yang buka sampai malam begitu”. “Terus juga saya berfokus melengkapi jenis barang di toko biar kelihatan komplit”. “Tapi ya kendala nya tempat saya kecil jadi kalau banyak barang malah jadi sempit”.

Hal serupa juga dilakukan oleh Bapak Budi pemilik Toko Fara menyampaikan bahwa : “Toko saya ini buka 24 jam, soalnya kalo semakin malam malah pembelinya ramai kan udah pada tutup toko lain”. “Lumayan juga hasilnya, tapi kalo minimarket sudah buka ya jadi agak sepi toko saya”.

Hasil dari wawancara tersebut dapat disimpulkan dengan adanya kehadiran minimarket membuat beberapa toko kelontong melakukan berbagai macam upaya untuk mempertahankan usahanya. Upaya yang dilakukan toko kelontong adalah dengan cara membuka lebih awal dan tutup lebih lama, bahkan ada juga yang menggunakan sistem buka toko 24 jam.

Persepsi konsumen terhadap minimarket dan toko kelontong

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang dilakukan seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu barang atau jasa yang mana diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Selain itu, dalam memilih tempat berbelanja konsumen memiliki kriteria khusus yang meliputi faktor kenyamanan, kualitas pelayanan, kelengkapan produk, serta fasilitas yang tersedia. Bila ditanya mengenai alasan konsumen lebih memilih untuk berbelanja di minimarket atau toko kelontong. Menurut sumber informasi yang peneliti terima terdapat beberapa alasan masyarakat di Jalan Rajawali Gonilan mengenai persepsi masyarakat tentang minimarket dan toko kelontong.

Hasil wawancara dengan Muhammad Rivai (19) salah satu konsumen yang ada di Jalan Rajawali Gonilan menyampaikan bahwa : “Saya lebih tertarik buat belanja di minimarket soalnya barang lengkap terus bisa ambil sendiri, harganya juga terjangkau selisihnya lumayan dengan toko kelontong, dan pelayanan yang diberikan sangat ramah”.

Kemudian ada hasil wawancara dengan Novita (28) salah satu konsumen dan Masyarakat sekitar Jalan Rajawali Gonilan menyampaikan bahwa : “Kalo belanja lebih enak di minimarket soalnya barang lengkap, fresh, kebersihannya juga terjaga. Harganya juga terjangkau apalagi Panjang”.

Hasil wawancara dengan Alfina Nindy (18) salah satu konsumen yang ada di Jalan Rajawali Gonilan menyampaikan bahwa : “Aku lebih tertarik ke minimarket sih, soalnya kan bisa milih sendiri terus tempatnya rapi, harganya malah lebih murah daripada toko kelontong. Pelayanan yang diberikan juga ramah banget jadi betah kalo belanja pelayanannya ramah gitu”.

Hasil wawancara dengan Arif (27) salah satu konsumen dan masyarakat yang ada di Jalan Rajawali Gonilan menyampaikan bahwa : “Lebih suka berbelanja di minimarket sih, tapi kadang juga ke toko kelontong soalnya barang yang dicari kalo di minimarket sering kehabisan, pelayanan di minimarket ramah apalagi kasirnya kan cantik jadi bisa betah belanja disana, terus ada sistem delivery juga jadi gampang kalo mau beli barang”.

Hasil wawancara dengan Oktaviana (23) salah satu konsumen yang ada di Jalan Rajawali Gonilan menyampaikan : “Aku pribadi lebih suka belanja di minimarket barangnya lengkap harganya juga terjangkau, tapi lebih seringnya belanja di toko kelontong soalnya lebih dekat dari rumah antrinya juga tidak banyak, ya walaupun pelayanannya kurang ramah dibandingkan di minimarket”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung lebih tertarik untuk berbelanja di minimarket karena produk yang lengkap dan harganya lebih terjangkau menjadi salah satu daya tarik minimarket untuk menarik konsumen. Pelayanan yang diberikan sangat ramah, serta kebersihan dan kerapian toko membuat konsumen betah untuk belanja. Namun ada beberapa konsumen yang bertempat tinggal di dekat toko kelontong lebih sering berbelanja di toko kelontong karena jaraknya lebih dekat daripada harus ke minimarket.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan kehadiran minimarket sangat berpengaruh terhadap omset penjualan toko kelontong di sekitar jalan Rajawali Gonilan, karena dari beberapa konsumen yang sudah penulis wawancara sebagian besar lebih memilih untuk berbelanja di minimarket daripada toko kelontong. Banyak pelanggan yang telah beralih ke minimarket karena kelengkapan, fasilitas, kualitas, dan pelayanan yang ditawarkan. Perbandingan yang mencolok dapat dilihat ketika pelanggan mengunjungi toko tradisional dan minimarket. Meskipun sebelumnya pendapatan mereka terhitung cukup lumayan, kini semakin sulit untuk meraih keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan minimarket telah memengaruhi pendapatan toko-toko di sekitarnya secara signifikan (Ginting, 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan mengenai penurunan omset yang dialami oleh toko kelontong sekitar. Hal tersebut membuat beberapa toko kelontong hampir mengalami kebangkrutan. Namun beberapa toko kelontong melakukan upaya atau usaha untuk tetap mempertahankan toko mereka dan menaikkan kembali omset. Salah satu upaya yang dilakukan dengan cara membuka toko lebih awal dan tutup lebih lama dari biasanya dan ada juga yang menggunakan sistem toko buka 24 jam untuk menarik konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang berjudul Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuwasin Sumatera Selatan, yaitu adanya perubahan atau penurunan omset dari adanya toko modern tersebut, (Ginting, 2018).

Menurut peneliti bahwa munculnya minimarket terhadap toko kelontong di sekitar Jalan Rajawali Gonilan dan di seluruh Indonesia memiliki efek negatif terhadap pemilik toko kelontong di sekitarnya. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa masyarakat sangat antusias terhadap model belanja modern. Fenomena ini menyebabkan pergeseran dalam kebiasaan konsumen, yang dulunya lebih memilih berbelanja di toko tradisional kini beralih ke minimarket. Setiap minimarket mempunyai daya tarik yang berbeda-beda begitu pula Minimarket Tiga Amanah. Harga barang yang lebih murah, dan produk yang lengkap menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk sering berbelanja di minimarket tersebut. Fasilitas dan kebersihan toko, serta pelayanan yang diberikan sangat ramah membuat konsumen nyaman untuk berbelanja Kembali (Obsidian, 2019) . Tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap minimarket juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan lemahnya daya saing toko kelontong. Selain itu, promosi harga yang ditawarkan oleh minimarket diakui oleh pemilik toko kelontong di sekitar Jalan Rajawali Gonilan turut memengaruhi tren belanja masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan dalam penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan minimarket di Jalan Rajawali berdampak pada penurunan omset penjualan toko kelontong di sekitarnya. Perubahan cara hidup dan gaya hidup masyarakat menuju modern juga berkontribusi

terhadap penurunan tersebut. Sebagai hasil dari kehadiran minimarket, masyarakat cenderung menjadi lebih konsumtif dan memilih berbelanja di minimarket dibandingkan di toko kelontong.

Harga barang yang lebih terjangkau serta ragam produk yang lengkap menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk rutin berbelanja di minimarket tersebut. Selain itu, pelayanan yang ramah menciptakan kenyamanan bagi konsumen untuk kembali berbelanja, ditambah dengan berbagai promosi menarik yang ditawarkan oleh minimarket yang meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja. Di sisi lain, beberapa toko kelontong berusaha menjaga keberlangsungan bisnis mereka agar omset penjualan tetap stabil.

Salah satu strategi yang mereka terapkan adalah dengan membuka toko lebih awal dan menutupnya lebih lambat dari biasanya, bahkan ada yang menerapkan sistem buka 24 jam untuk menarik lebih banyak konsumen.

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami yaitu, waktu yang dibutuhkan untuk melakukan wawancara kurang maksimal karena responden tidak memiliki cukup waktu, Peneliti mengalami kesulitan dalam menjadwalkan wawancara dengan narasumber akibat kesibukan mereka, karena itu peneliti perlu menyesuaikan waktu pertemuan, dan juga kurangnya pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat mengakibatkan hasil penelitian menjadi kurang akurat.

SARAN

Penulis menyarankan kepada pihak minimarket dan toko kelontong untuk terus meningkatkan pelayanan kepada konsumen, serta menjaga kebersihan dan kerapian toko. Selain itu, penting bagi mereka untuk menyediakan berbagai varian produk yang dibutuhkan oleh pelanggan. Khususnya untuk toko kelontong, melengkapi variasi produk yang dijual dapat menjadi strategi efektif untuk menarik lebih banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur Andarusni, & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Ely, & Badrus, S. (2019). *Penataan Produk*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ginting, S. Y. B. (2018). Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuwasin Sumatera Selatan. *Swarnabhumi : Jurnal Geografi dan Pembelajaran Geografi*, 3, 67–75.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). Manajemen Pemasaran Islam. *Yogyakarta : Cv. Budi Utama*
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. *Surabaya : Unitomo Press*, 39.
- KBBI ONLINE. (2024a). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Dampak*. <https://kbbi.web.id/dampak>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2024.
- KBBI ONLINE. (2024b). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Individu*. <https://kbbi.web.id/individu>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2024.
- Miguna, A., & Nurhafifah, M. (2020). Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media. *Deepublish*.
- Miranti. (2019). Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omset Pedagang Warung Kelontong di Jalan Manuruki Makassar. *Universitas Negeri Makassar : Fakultas Ekonomi*.
- Muhzinat, Z., & Achiria, S. (2019). Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura. *IQTISHADIA : Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6. <https://doi.org/10.19105/igtishadia.v6i2.2448>.
- Nurdewanto, B., & Nugroho, F. A. (2020). Website “E-Tokel” Untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Kelontong Sari Nugraha Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2020, 20 Oktober 2020 Fakultas Teknologi Informasi - UNMER Malang*.

- Obsidian, J. (2019). Pengaruh Berkembangnya Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Tradisional. *Universitas Islam Indonesia : Yogyakarta*.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14382/SKRIPSIFIX.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Rahayu, P., Marleni, & Rahmadani, S. (2021). Dampak Kehadiran Minimarket Pada Kehidupan Masyarakat Di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi. *Puteri Hijau : Jurnal Pendidikan Sejarah*, 6, 151–159.
- Rindiani. (2023). Transformasi Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Fashion Wanita di Kota Palu). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Wahyuni. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Makanan Ringan Kota Dumai. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 43–47.