

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan sehari-hari manusia. Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis, dimana produk tersebut akan menghasilkan keuntungan dan nilai tambah bagi konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, maka dewasa ini bisnis semakin kompleks saat ini, seorang pembisnis tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, namun juga pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan bisnis yang diambil bisa diminimalkan resikonya, dan optimalkan keuntungan.

Keberadaan *minimarket* di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ketahun. Menjamurnya *minimarket modern* di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara ini dapat menimbulkan ancaman bagi masyarakat asli sekitarnya, khususnya yang bermata pencaharian sebagai pengusaha warung tradisional yang sudah berdiri lebih dahulu.

*Minimarket modern* yang dilengkapi fasilitas yang memadai seperti pendingin ruangan, system pembelian yang swalayan, harga barang yang sudah pasti, serta konsumen bisa menggunakan pembayaran non-tunai membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja ke *minimarket modern*. Hal tersebut bertolak belakang dengan toko tradisional, mengingat fasilitas yang diberikan

masih minim, system pembelanjannya masih bersifat konvensional, dan pembayarannya yang harus tunai.

Pertumbuhan *minimarket modern* belakangan ini cukup pesat, dan kemungkinan semakin lama akan semakin memberikan hal yang buruk bagi pedangan usaha warung tradisional serta dianggap secara tidak langsung mengancam pedagang tradisional. Hal ini berkaitan dengan *prefensi* masyarakat yang memiliki kemungkinan cenderung beralih berbelanja. Salah satu sector perekonomian dibidang informal adalah usaha warung tradisional.

Pada dasarnya *minimarket modern* dan toko tradisional memiliki kelebihan yang cukup berbeda. Di toko tradisional masih terjadi tawar menawar yang mana dapat memperdekat secara personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak akan kita dapatkan *minimarket modern*, karena harga sudah pasti tertempel pada lebel harga. Salah satu kelebihan *minimarket modern* terhadap toko tradisional adalah kemampuan dalam menjalin kerjasama pada pemasok yang besar dan jangka waktunya lama, dimana dapat meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. Selain itu, mereka juga unggul dalam menginovasi strategi pemasaran harga dan non harga. Dalam harga antara lain potongan harga dan diskriminasi harga antar waktu.

Pertumbuhan *minimarket modern* yang berbasis waralaba atau *franchise* terus berkembang diseluruh wilayah Indonesia setiap tahunnya, salah satunya adalah alfamart dan indomaret. *Minimarket* ini hampir bisa kita temui di perkotaan hingga pedesaan yang terpencil, bahkan tempatnya saling berdekatan satu sama lain. Di kecamatan Baebunta kini sudah menjamur *minimarket modern*

menjamurnya *minimarket* modern ini terjadi karena berbagai hal diantaranya adalah penduduk yang semakin padat dan seiring pertumbuhan penduduk semakin pesat maka kebutuhannya dalam sehari-hari juga semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Novriady dan Nasudin (2020) menunjukkan hasil bahwa dampak berkembangnya *minimarket* waralaba (Indomaret dan Alfamart) terhadap pendapatan pedagang kecil atau toko kelontong di kecamatan Banjarmasin utara kota Banjarmasin menyebabkan penurunan pendapatan dilihat dari sebelum dan sesudah adanya waralaba *minimarket*. Penelitian yang juga dilakukan oleh Obsidian (2019) menunjukkan hasil bahwa dengan adanya *minimarket* modern menyebabkan dampak negatif yaitu terjadi penurunan terhadap jumlah konsumen, omset, keuntungan dan jumlah jam buka tradisional.

Saat ini *minimarket* telah menjadi salah satu pemenuhan kebutuhan konsumen di kabupaten Luwu Utara. Namun dilihat dari sisi lain, terlihat bahwa warung-warung tradisional yang berada disekitar *minimarket modern* yang semakin menjamur itu kondisinya terancam semakin menurun, salah satunya penurunan pendapatan yang dialami pemilik warung tradisional. Hal ini didukung pernyataan dari penelitian Muhammad Rizky Novriady dan Nasudin, bahwa keberadaan waralaba tersebut berdampak pada pedagang toko kelontong kota Banjarmasin kecamatan Banjarmasin utara. Hal ini terlihat dari penurunan pendapat dari sebelum dan sesudah keberadaan waralaba *minimarket*. Berkembangnya *minimarket modern* akhir-akhir ini telah menggeser usaha warung tradisional disebabkan oleh fasilitas dan tawaran-tawaran yang diberikan pengusaha *minimarket*. Pedagang

warung tradisional yang memiliki usaha kecil adalah pihak yang paling berpengaruh negatif terutama pedagang yang menjual produk yang sama. Kondisi ini sangat memprihatikan yang dapat menyebabkan kebangkrutan bagi para pedagang warung di Kecamatan Baebunta, Kecamatan Luwu Utara. Berdasarkan permasalahan dan latar belakang yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Ancaman Kelangsungan Pendapatan Usaha Warung Tradisional di Tengah Banyaknya Toko *Minimarket Modern* di Kelurahan Salassa Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana ancaman pendapatan pedagang usaha warung tradisional di tengah banyaknya toko *minimarket* modern di Kelurahan Salassa, Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana ancaman pendapatan pedagang usaha warung tradisional di tengah banyaknya toko *minimarket* modern di Kelurahan Salassa. Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat meningkatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan

masukan yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lainnya yang tertarik dengan bidang yang sama.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi serta untuk memperluas wawasan pemikiran dan memperkuat kemampuan pengamatan dan penganalisaan.

b. Bagi Toko Tradisional

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan mempertimbangkan bagi para pedagang usaha warung tradisional.

#### **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas dan menghindari pembatasan yang terlalu luas, maka yang menjadi pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah pelaksanaan materi ancaman kelangsungan pendapatan usaha warung tradisional di tengah banyak toko *minimarket* modern di Kelurahan Salassa, Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang dilakukan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bab secara garis besar materi pembahasan masing-masing adalah:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Berisi pendahuluan dari penulisan proposal ini, yang mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan Batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Yang isinya mengenai pengertian minimarket modern, toko tradisional, keuntungan, omset penjualan, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

## BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat metode penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

## BAB IV. PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai pembahasan dan hasil penelitian.

## BAB V. PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 *Competitive Advantage***

Porter (2008) mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah suatu kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih pesaing pasar dalam industry yang sama. Teori keunggulan atau yang biasanya disebut *Competitive Advantage* (Teori Keunggulan *Kompetitif*) adalah suatu usaha atau perusahaan yang memiliki keunggulan sumberdaya, karakteristik yang bagus dan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan pesaing yang ada pada industri pasar yang sama. Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Michael Porter dengan karya tulisannya dalam buku yang diberi judul *Competitive Advantage*, dan munculnya teori ini disebabkan untuk mengkritik teori keunggulan *komperatif* dari Ricardo.

Pada saat ini kompetisi pesaing dalam dunia bisnis sudah tidak asing lagi, dimana pengusaha harus menyusun strategi untuk perkembangan perusahaannya dalam hal produksi agar mendapatkan keunggulan *kompetitif*. Strategi-strategi pengembangan yang dibuat akan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan nantinya. Hasil dari perkembangan strategi tersebut akan menciptakan pangsa pasar (*Market Share*) dan meningkatkan volume penjualan, salah satu tujuan dari pengembangan strategi produk adalah untuk memperluas jumlah target produk sebagai usaha dalam memenangkan kompetisi. Persaingan bisnis saat ini terjadi

dengan cara meningkatkan sebuah produk, dimana persaingan yang baru bukan terjadi dalam hasil produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan atau pabrik, akan tetapi mereka menambahkan suatu pelayanan, bentuk pengemasan, iklan, konsultasi bagi pelanggan, pendanaan pengaturan pengiriman, pergudangan dan lain sebagainya yang dianggap penting dari hasil yang didapatkan oleh produk tersebut.

*Competitive Advantage* digambarkan sebagai sistem hubungan (*system of relationship*) dimana suatu perusahaan dapat dilihat dan bertahan ketika ia memiliki keunggulan-keunggulan yang inovatif dan unik dibandingkan dengan lawannya. Contohnya pada kemampuan strategi produk seperti diferensiasi atau diversifikasi produk, inovasi produk dan variasi produk. Harapan dari keunggulan strategi tersebut adalah untuk meningkatkan market share dan volume penjualan sehingga dapat berpengaruh pada kinerja perusahaan. Disisi lain, suatu kompetisi memfokuskan perhatiannya pada kelengkapan produk dalam dimensi fungsi produk ataupun dimensi bentuk produk yang bertujuan untuk mendapatkan dan meningkatkan market share serta mengalahkan pesaing lainnya. Diferensiasi produk akan memunculkan suatu hal yang akan diterima dengan mudah sebagai hal yang unik pada tingkat industri ataupun pada tingkat pasar konsumen.

Pada saat ini cara bersaing antar pengusaha yang efektif adalah dengan cara memenuhi kebutuhan para konsumen yang lebih baik daripada pesaing dan memberikan produk yang lebih bervariasi serta bernilai tinggi. Strategi ini pun akan meningkatkan market share karena dua alasan utama antara lain: Pertama, semakin meningkatnya variasi produk maka akan mempermudah konsumen



untuk mencari barang yang mereka butuhkan ataupun inginkan. Kedua, semakin meningkatnya variasi produk maka akan membuat setiap individu dari konsumen untuk menikmati perbedaan pilihan dari waktu ke waktu. Inovasi berasal dari perubahan suatu kelengkapan pada tampilan suatu produk tertentu dan bisa dibilang bahwa produk tersebut benar-benar baru. Keluarnya produk baru baru ini berhubungan dengan teknologi yang baru juga, karena hal ini juga bertujuan untuk mengembangkan teknologi baru.

Dapat kita lihat perkembangan *minimarket modern* dari tahun ke tahun semakin meningkat, mereka menyusun strategi dengan sangat baik. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, *minimarket modern* juga menambahkan hasil yang diproduksi dengan menggunakan iklan, promosi harga, pengemasan pada barang, pergudangan dan lain sebagainya. Dengan strategi tersebut *minimarket modern* yang ada saat ini bisa menciptakan market share dan meningkatkan volume penjualan, sehingga jumlah konsumen, omset dan keuntungan yang diperoleh minimarket modern terus meningkat dengan signifikan. Akan tetapi disisi lain kita dapat melihat ke toko usaha warung tradisional yang mengalami penurunan jumlah konsumen, omset dan keuntungan yang sangat anjlok setiap tahunnya. Ini disebabkan karena adanya minimarket yang tersebar diseluruh penjuru kota, disamping itu toko tradisional juga tidak meningkatkan manajemen pemasarannya yang lebih berinovasi. Toko usaha warung tradisional hanya menggugulkan harga yang murah dan pendekatan dengan konsumen dengan cara tawar menawar.

### 2.1.2 *Minimarket Modern*

#### a. Definisi *Minimarket*

Menurut Sujana (2005), dalam definisinya *minimarket* adalah toko atau swalayan kecil yang menjual sebagian besar menjual barang-barang kebutuhan sehari yang dibutuhkan oleh konsumen dengan luasan radius *sales area* antara 100 hingga 1000m<sup>2</sup>. *Minimarket* bagian dari penjual eceran, yang semua dilakukan melibatkan penjual barang dan jasa secara tatap muka kepada konsumen akhir, di mana barang yang di jual tersebut digunakan untuk pemakaian pribadi dan tidak untuk di jual kembali. Kotler (2005), mendefinisikan bahwa pengecer tersebut adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis. Barang yang dijual untuk para konsumen didapatkan dari berbagai macam tempat dan sumber, sehingga konsumen dapat membeli berbagai macam barang yang beraneka macam dengan jumlah kecil serta harga terjangkau.

*Minimarket* sebagai tempat berbelanja yang disukai oleh sebagian besar masyarakat sekarang, karena barang yang berada di *minimarket* cukup lengkap dan tidak perlu untuk ke supermarket yang jaraknya lumayan jauh dari rumah. Pada saat ini *minimarket* tumbuh diberbagai kota dan daerah yang mempunyai fasilitas yang cukup untuk memadai yang bertujuan untuk memanjakan konsumennya.

Hendri Ma'ruf (2005), dalam definisinya *minimarket* merupakan perantara pemasar antara produsen dan konsumen akhir dimana aktivitasnya yaitu melaksanakan penjualan secara eceran. *Minimarket* merupakan toko yang mengisi

kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung.

b. Kelebihan *Minimarket Modern*

Kelebihan yang terdapat pada minimarket modern dapat dilihat dari beberapa hal seperti pelayanan dan fasilitas yang disediakan, produk yang ditawarkan sampai pada promosi yang digunakan. Berikut adalah uraian secara rinci:

- 1) Produk yang ditawarkan bervariasi dan lengkap mulai dari kebutuhan pokok seperti sembako sampai kebutuhan tambahan seperti makanan ringan. Bahkan di beberapa *minimarket* juga menyediakan pengisian pulsa dan penjualan produk lainnya.
- 2) Pelayanan yang ramah, pramuniaga bersikap sopan dan penuh perhatian. Pramuniaga selalu siaga ketika pembeli membutuhkan bantuan apapun.
- 3) Pembeli bebas memilih dan mengambil barang yang akan dibeli sesuai kebutuhannya dan kemudian baru membayar kepada kasir.
- 4) Selalu memberikan harga promo disetiap periode.
- 5) Daftar harga yang menjadi unggulan (biasanya harga termurah dipampang didepan toko sehingga pembeli merasa tertarik meskipun bias jadi sebelumnya tidak ingin membeli. Selain itu juga promosi yang dilakukan melalui penyebaran brosur yang berisi daftar produk dan harga yang memudahkan pembeli untuk merencanakan pembelian di rumah serta mengetahui berapa biaya yang dibutuhkan dalam berbelanja.

- 6) Penataan barang yang rapi dan dibedakan perproduj sehingga memudahkan pembeli dalam berbelanja.
- 7) Situasi toko yang dilengkapi AC serta ruangan yang luas menyebabkan pembeli merasa nyaman dalam berbelanja.
- 8) Kasir lebi dari satu, dengan adanya Kasur lebih dari satu pembeli tidak perlu lama mengantri ketika akan melakukan pembayaran.
- 9) Letak *minimarket modern* dekat dengan pemukiman sehingga warga sekitar lenih mudah berbelanja karena berdekatan dengan rumah, selain itu pembeli dapat lebih berhemat karena tidak perlu ongkos menuju tempat berbelanja.

Adapun kelebihan lainnya pada *minimarket modern* ini yang dapat kita ketahui yaitu sebagai berikut:

- 1) Menjual produk berkualitas

Setiap produk yang diperjual belikan pada *minimarket modern* ini harus mampu melalui standar kualitas tertentu untuk memberikan kualitas yang baik.

- 2) Kondisi *minimarket* bersih dan nyaman

Kebersihan lingkungan di dalam *minimarket* ini adalah hal yang wajib karena sangat berkaitan erat dengan kenyamanan dan juga kepuasan konsumen untuk berbelanja. Dalah memenuhi hal tersebut, maka pada umumnya *minimarket* akan menyediakan petugas kebersihan dan penyejuk udara.

- 3) Membuka lapangan pekerjaan

*Minimarket* ini akan memerlukan berbagai karyawan untuk melayani setiap konsumennya, seperti kasir, pramuniaga, customer service, dan lain-lain. Hal tersebut tentu saja membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang berada di daerah *minimarket* tersebut.

c. Kelemahan *Minimarket Modern*

1) Konsumen beralih ke minimarket modern

Dengan adanya beberapa kelebihan yang ada di minimarket modern tentunya akan menarik perhatian para pembeli atau konsumen, sehingga banyak konsumen dari toko tradisional beralih ke minimarket modern, dan mengurangi pembeli di toko tradisional secara otomatis.

2) Terjadinya kesenjangan ekonomi

Adanya peralihan konsumen yang ada dari toko tradisional ke minimarket modern akan menurunkan pendapatan para pedagang usaha warung tradisional. Terlebih lagi sebagian besar pedagang tersebut adalah mereka yang berasal dari golongan kelas menengah ke bawah, sedangkan pemilik minimarket modern dari golongan menengah ke atas. Sehingga hal tersebut akan melahirkan kesenjangan ekonomi yang semakin tinggi.

3) Terjadinya Eksploitasi terhadap pemasok

Biasanya *minimarket modern* yang ada di suatu daerah bias dihitung jari, sedangkan jumlah pemasoknya adalah sangat banyak. Adanya persaingan antara pihak pemasok atau distributor ini seringkali dimanfaatkan dan juga dieksploitasi oleh pasar ini dengan tujuan agar produk dari pemasok bias diminati oleh pasar.

### **2.1.3 Toko Tradisional**

#### **a. Pengertian Toko Tradisional**

Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha perorangan berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008. Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri, pelakunya adalah perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan maupun cabang dari perusahaan. Usaha kecil dan menengah ini banyak dijalankan oleh masyarakat seperti toko tradisional yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Toko tradisional atau kadang disebut juga dengan warung yang menyediakan jenis barang kebutuhan sehari-hari adalah usaha mikro yang dimiliki oleh perorangan atau pribadi, orang (penjual) tersebut menjual barang bersifat melayani konsumen ataupun pelanggan yang datang untuk membeli suatu barang dengan sendiri, maksudnya adalah penjual langsung melayani pembeli seperti mengambilkan barang yang diinginkan dan sekaligus menjadi kasir. Toko warung tradisional atau toko kelontong adalah toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga, seperti bahan pokok (sembako), makanan, dan barang rumah tangga.

Pedagang toko tradisional terbagi menjadi dua jenis, yaitu pedagang grosir dan eceran. Pedagang grosir adalah pedagang yang menjual berbagai jenis barang dalam skala besar atau banyak, dan konsumen yang datang biasanya akan menjual ulang barang yang sudah dibeli dan modal usaha pedagang eceran biasanya lebih besar dibandingkan dengan pedagang eceran. Sedangkan pedagang eceran adalah pedagang yang menjual langsung kepada konsumen, dan barang tersebut tidak

akan dijual lagi melainkan digunakan sendiri oleh konsumen. Beberapa kelebihan toko tradisional antara lain: harga lebih murah, dapat tawar-menawar, dapat memilih barang dan dekat dengan pemukiman. Kelemahan toko tradisional antara lain: tidak nyaman, ruang yang sempit, terlihat kotor dan bau, ini adalah ancaman terbesar bagi toko tradisional.

#### b. Ciri-ciri Toko Tradisional

Adapun ciri-ciri toko tradisional yaitu:

- 1) Kekayaan alam dan juga tenaga fisik menjadi barang dan jasa yang diperdagangkan pada toko tradisional.
- 2) Pemerintah tidak ikut campur serta secara langsung dalam toko. Bahkan pemerintah hanya bertugas untuk menjaga ketertiban umum pada toko tradisional tersebut.
- 3) Produksi dilakukan oleh rumah tangga dan bias disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan.
- 4) Pada toko atau pasar tradisional terjadi tawar-menawar terhadap barang yang dijual.
- 5) pada toko atau pasar tradisional ini terikat budaya dan tradisi dalam masyarakat.
- 6) Pada toko/pasar tradisional tidak ada monopoli oleh produsen tertentu.
- 7) Teknik produksi maupun jual beli dipelajari secara turun temurun dari generasi ke generasi.

#### c. Kelebihan Toko Tradisional

Adapun kelebihan dari toko tradisional, yaitu:

- 1) Pada toko tradisional tidak ada kesenjangan ekonomi antar pelaku ekonomi.
- 2) Di toko tradisional juga tidak ada monopoli
- 3) Berbagai kegiatan ekonomi dalam toko tradisional didasarkan kejujuran.
- 4) Kekeluargaan masyarakat yang sangat kuat.
- 5) Pemerintah tidak bias masuk dan ikut campur secara langsung pada toko tradisional.
- 6) Produsen baru pada toko tradisional bias dengan mudah masuk tanpa adanya syarat.

a. Kekurangan Toko Tradisional

- 1) Pertumbuhan ekonomi pada toko tradisional ini cenderung lambat
- 2) Karena promosi dan inovasi tidak terlalu berpengaruh pada toko tradisional, maka kualitas barang juga sulit untuk meningkat dan motivasi masyarakat untuk maju sangat kurang.
- 3) Barang dan jasa yang ditawarkan pada toko tradisional juga terbatas.
- 4) Tidak adanya standar baku dalam pengukuran nilai suatu barang.
- 5) Perubahan pada toko tradisional dianggap tabu, karena sangat terikat pada budaya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh pengaruh berkembangnya minimarket modern terhadap toko tradisional ini sudah beberapa kali dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penelitian tersebut dapat dijadikan dasar atau referensi yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu antara lain:



No.	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Jagadhita Obsidian (2019)	pengaruh berkembangnya minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko tradisional.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan data kualitatif.	Hasil penelitian diperoleh dari penelitian ini menjelaskan bahwa dengan adanya minimarket modern yang ada di daerah tersebut menyebabkan dampak negative, yaitu terjadi penurunan terhadap jumlah konsumen, omset, keuntungan dan jumlah jam buka tradisional.
2	Afdiyah Sarifatul Zaeny (2021)	Dampak keberadaan toko ritel modern terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Margasari Kabupaten tegal.	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menyatakan bahwa keberadaan ritel modern ini sebagian besar berdampak pada ritel sederhana seperti penurunan pendapat penjualan, berkurangnya jumlah pembeli, penurunan barang keluar sehingga barang bisa kadaluarsa, konsumen memiliki persepsi positif terhadap minimarket sebagai tempat yang nyaman untuk berbelanja dan konsumen lebih tertarik berbelanja di minimarket karena terdapat potongan harga dan promo-promo yang menarik serta pelayanan yang lebih baik.
3	Sri Retno Widyorini (2017)	Factor ketahanan pedagang dalam menghadapi pesaing <i>minimarket</i> di daerah Bandung	Metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampling yaitu pengambilan sampel secara kuota sampling	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa factor dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional dan keberadaan <i>minimarket modern</i> yang berkembang pesat dapat mengancam pasar tradisional secara langsung dengan jarak yang berdekatan, sehingga menurunkan obset yang diperoleh pasar tradisional.
4	Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia	Persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern	Metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah	Hasil yang diperoleh yaitu factor-faktor yang mempengaruhi persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern yaitu

	Safrin (2021)		deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	harga, lokasi, pelayanan, dan kelengkapan produk.
5	Santi Pertiwi Hari Sandi dan Mumum Maemunah	Dampak keberadaan minimarket terhadap warung kecil di kabupaten karawang	Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini yaitu dampak adanya minimarket dalam hal ini yaitu alfamart dan indomaret terhadap warung kecil terutama dari omset dan pendapatan yang mengalami penurunan sebanyak 77.2% jumlah konsumen yang berkunjung ke warung kecil menurun terutama pada masa akhir bulan (gajian) yaitu sejumlah 23%.
6	Muhammad Rizky Novriady dan Nasudin	Dampak berkembangnya minimarket waralaba minimarket (indomaret dan alfamart) terhadap pendapat pedagang kecil atau toko kelontong di kecamatan banjarmasin utara kota Banjarmasin	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif	Hasil dari penelitian ini yaitu terbukti bahwa keberadaan waralaba tersebut berdampak pada pedagang toko kelontong kota Banjarmasin kecamatan Banjarmasin utara. Hal ini terlihat dari penurunan pendapat dari sebelum dan sesudah keberadaan waralaba minimarket.
7.	Wita Dwika Listihana, Afvan Aquino, Arizal	Dampak keberadaan minimarket terhadap modal kerja pendapatan warung tradisional di kecamatan rumbai dan rumbai pesisir kota pekanbaru	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya warung tradisional yang merubah waktu kerjanya setelah maraknya minimarket yakni 8 warung (20% responden). Dari 8 warung tersebut ada 6 warung (15% responden) yang mengurangi waktu kerjanya dengan tingkat rata-rata pengurangan masing masing selama 2 jam.
8	Zumrotul Muhzinat dan Siti Achiria	Dampak keberadaan minimarket terhadap toko kelontong di	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif	Hasil penelitian ini keberadaan minimarket menyebabkan para pedagang toko kelontong kehilangan konsumennya serta

		pasar klampis kabupaten Bangkalan Madura	kualitatif	pendapatan yang diterima juga semakin menurun.
9	Nadila Jamal (2019)	Analisis keberadaan minimarket terhadap kelangsungan usaha kecil di sekitarnya menurut perspektif ekonomi Syariah	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata kehadiran minimarket berdampak pada tingkat keuntungan toko tradisional. Toko tradisional yang paling signifikan adalah toko tradisional yang jaraknya paling dekat dengan minimarket, sedangkan toko tradisional yang jaraknya jauh dari minimarket penurunan keuntungan tidak terlalu besar.
10	Listihana, dkk (2014)	Dampak adanya <i>minimarket</i> terhadap modal kerja dan pendapatan toko tradisional.	Metode yang digunakan pada penelitian menggunakan pengambilan sampling dengan teknik purposive	Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa toko tradisional mengubah waktu kerja setelah adanya minimarket modern. Dampak berkembangnya minimarket modern ini menurunkan modal kerja toko tradisional sebanyak 232.
11	Sari Yolanda Daulay (2018)	Dampak keberadaan minimarket terhadap warung tradisional serta persepsi masyarakat terhadap minimarket dan warung tradisional di kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labubantu, Provinsi Sumatera Utara	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasca keberadaan minimarket bermula dari pemerosotan pendapatan pedagang warung tradisional yang akhirnya berdampak pada aspek-aspek lainnya yaitu kemampuan memenuhi biaya pendidikan anak, mengakses layanan kesehatan, pelayanan usaha dan investasi serta interaksi social dan solidaritas social sedangkan persepsi masyarakat terhadap minimarket lebih ke arah positif dan kepada warung tradisional ada sisi positif dan negative.
12	Rusno	Dampak pesatnya minimarket waralaba	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak terbesar dari pesatnya waralaba minimarket

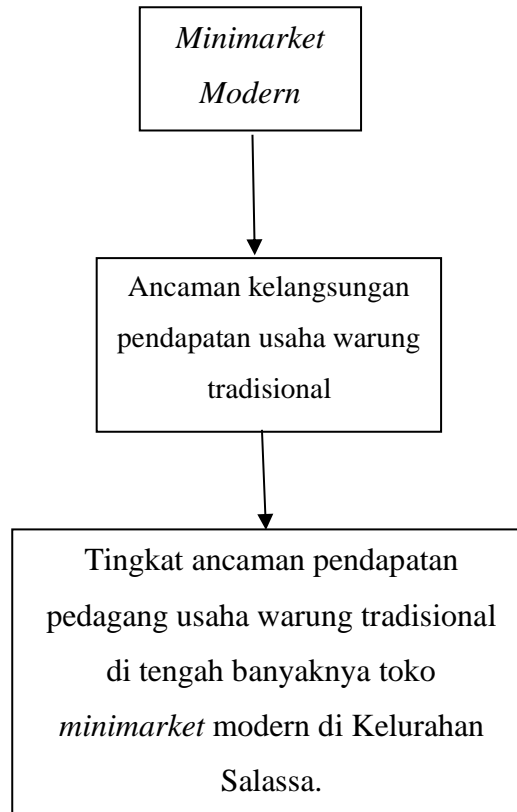
		terhadap usaha kecil (jenis ritel)	kuantitatif deskriptif	terhadap usaha kecil jenis ritel adalah pada keberlangsungan usaha dan penurunan omset penjualan.
13	Budi Taqwa (2019)	Dampak pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di kota masamba kecamatan masamba kabupaten luwu utara (studi kasus pada alfamart dan pasar sentral masamba)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif	Dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di masamba kec. Masamba, kab. Luwu utara dengan adanya pasar modern dapat menurunkan pendapatan pedagang.
14	Meranti	Analisis dampak kehadiran minimarket terhadap omset pedagang warung kelontong di jalan manuruki Makassar	Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini yaitu dampak keberadaan minimarket terhadap warung kelontong di jalan manuruku yaitu mengalami penurunan omset penjualan berkurang, berkurangnya pembeli, dan mengalami penurunan barang keluar sehingga banyaknya barang menjadi kadaluarsa.
15	Rulita Dwi Afrianti (2016)	Dampak keberadaan minimarket indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong di kelurahan jembatan kecil di tinjau dari ekonomi islam	Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif	Keberadaan indomaret di kelurahan jembatan kecil menyebabkan dampak menurunnya pendapatan pedagang kelontong setelah adanya indomaret. Dampak negative yang dirasakan oleh para pedagang kelontong yang merasa tersisihkan keberadaannya, sedangkan dampak positif yang dirasakan dengan adanya indomaret ini adalah terciptanya lapangan kerja.
16	Nurmasari Raden Imam Al Hafish, Josua Butarbutar (2019)	Dampak pembangunan pasar modern (alfamart dan indomaret) terhadap pasar tradisional (warung serba	Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptis kualitatif	Dampak yang dirasakan oleh pemilik usaha serba ada di kota pekanbaru memang ada dan benar-benar dirasakan. Terutama jika ada alfamart dan indomaret yang melakukan diskon dan promosi terhadap barang

		ada) kota pekanbaru		kebutuhan pokok sehingga dengan hal tersebut turut berdampak terhadap berkurangnya pembeli dan turunnya omset dari kegiatan usaha yang mereka lakukan selama bertahun-tahun,
17	Dian Sukma Dewi (2018)	Dampak keberadaan pasar modern terhadap pendapatan para pedagang tradisional (studi kasus di desa tanggul angina kecamatan punggur).	Metode analisi yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif	Data pasar modrn di punggu menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung di pasar tradisional dan menurunnya pendapatan pedagang pasar punggur sebesar 36,6%.
18	Erna Nur Laila Sari	Pengaruh keberadaan minimarket terhadap kelangsungan hidup toko kelontong di kecamatan sidoarjo kabupaten sidoarjo	Metode analisi data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian sebagai berikut 1) persebaran minimarket di kecamatan sidoarjo berpola mengelompok di pusat kota, 2) minimarket tidak berizin lengkap jumlahnya lebih besar yaitu 17 minimarket atau 54,84% dari pada minimarket yang berizin lengkap hanya 14 minimarket atau 45,16%. 3) kenaikan jumlah minimarket diikuti oleh banyaknya toko kelontong mati/tidak beroperasi.
19	Endi Sarwoko	Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di wilayah kabupaten malang.	Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif	Hasil penelitian tentang kondisi pasar tradisional menunjukkan bahwa konsumen pasar tradisional didominasi oleh konsumen toko/warung yaitu konsumen yang berbelanja di pasar tradisional untuk tujuan dijual lagi. pasar tradisional menunjukkan omset pedagang justru mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (setelah berdiri ritel modern), sedangkan untuk tingkat keuntungan melalui

				mekanisme tawar-menawar.
20	Rival Nursema (2018)	Pengaruh berkembangnya minimarket terhadap kelangsungan usaha warung tradisional dan strategi agar dapat bersaing dan bertahan hidup di 3 kecamatan koota Tangerang Selatan	Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis deskriptif	Hasil penelitian ini yaitu strategi warung tradisional untuk bersaing yaitu untuk menarik simpati kepada setiap pembeli dengan sikap ramah dan sopan lalu membuka warung 24 jam. Strategi bertahan warung tradisional disamping menjual barang-barang pokok yang dijual di <i>minimarket</i> , warung tradisional juga menjual seperti bensin eceran, pilsa elektrik dan beras literan.

### 2.3 Kerangka Pikir

Penelitian ini menganalisis tingkat ancaman kelangsungan pendapatan usaha warung tradisional di tengah banyaknya toko *minimarket modern* di Kelurahan Salassa, Kecamatan Baebuntal, Kabupaten Luwu Utara. Dari analisis ini untuk melihat tingkat ancaman kelangsungan pendapatan usaha warung tradisional dengan banyaknya toko *minimarket modern* di Kelurahan Salassa Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara. Berikut adalah bagan dari kerangka pemikiran peneliti:

**Gambar 2.1.** Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Creswell (2007) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah manusia dan social. Penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan pendekatan fenomenologi. Menurut Littlejohn (dalam Hasbiansyah, 2008) fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan yang berdasarkan pada kesadaran manusia. Dalam fenomenologi, seseorang dapat mempelajari cara suatu peristiwa, gejala, atau objek dengan mengalaminya secara sadar. Menurut Creswell (dalam Susila, 2015) pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengembangkan pemahaman atau menjelaskan arti dari suatu peristiwa yang dialami seseorang atau kelompok.

#### **3.2 Kehadiran Peneliti**

Kehadiran peneliti dalam penelitian merupakan hal yang sangatlah penting dan utama. Sesuai dengan penelitian kualitatif, kehadiran peneliti pada saat melakukan penelitian di lapangan merupakan hal penting dan diperlukan secara optimal. Peneliti merupakan instrument kunci utama dalam mengungkapkan makna dan sekaligus peneliti sebagai alat pengumpul data. Karena itu peneliti juga harus terlibat dalam orang-orang yang akan diteliti samapai pada tingkat ketebukaan antara kedua belah pihak. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati serta mengumpulkan data yang dibutuhkan. Peneliti melakukan penelitian di lokasi usaha warung tradisional yang



berdekatan dengan minimarket modern di kelurahan Salassa, kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara.

### **3.3 Sampel Penelitian**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *snowball sampling*. *Snowball Sampling* merupakan suatu metode untuk mengidentifikasi, memilah, dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa *snowball sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini memilih teman untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel menjadi banyak. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pedagang warung tradisional yang lokasinya berdekatan dengan *minimarket* modern. Sampel dalam penelitian ini awalnya berjumlah tiga orang, namun kemudian bertambah menjadi lima orang.

### **3.4 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian akan dilaksanakan di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara. *Setting* penelitian dilakukan dengan *natural setting*. Creswell (2016) mengemukakan bahwa *natural setting* merupakan pelaksanaan penelitian secara natural tanpa di atur sedemikian rupa juga tidak membagikan instrumen kepada responden. Data dikumpulkan dengan melakukan pembicaraan langsung dalam konteks natural. Waktu penelitian ini dilakukan selama 5 hari dengan 5 informan yang sudah di tetapkan.

### **3.5 Sumber Data**

Arikunto (2002) mengemukakan bahwa sumber data adalah hasil yang diperoleh dari responden penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yakni primer dan sekunder.

#### **a. Data primer**

Data primer merupakan sebuah informasi data yang diperoleh peneliti secara langsung dari tempat objek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil wawancara dan observasi.

#### **b. Data sekunder**

Sumber data sekunder merupakan data yang telah ada atau tersedia sehingga peneliti hanya tinggal mencari dan mengumpulkannya, data sekunder dapat diperoleh secara cepat dan lebih mudah ditemukan karena data yang diperlukan sudah tersedia. Sumber data sekunder yang diperoleh peneliti adalah sumber penunjang yaitu mencakup dokumen-dokumen, hasil penelitian, buku-buku, koran, majalah, makalah, internet, dan jurnal.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Arikunto (2002) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara menunjukkan suatu hal yang bersifat abstrak, yang mana tidak dapat diwujudkan dalam benda kasat mata, akan tetapi dapat diperlihatkan penggunaannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

#### **a. Observasi**

Ridwan (2004) mengemukakan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Morissan (2017) mengemukakan bahwa observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dengan mengamati secara langsung kondisi dari usaha warung tradisional di tengah serbuan toko *minimarket* modern Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara.

b. Wawancara

Moleong (2000) mengemukakan bahwa wawancara merupakan percakapan antara dua orang yang sudah ditentukan atau ditargetkan, yaitu pewawancara (*interviewer*, di mana pewawancara akan menanyakan beberapa pertanyaan yang sudah dibuat dan yang akan diwawancarai (*interviewee*) akan memberikan jawaban yang sudah diberikan oleh pewawancara. Menurut Suliyanto (2005), wawancara yaitu teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Metode wawancara ini peneliti gunakan untuk menggali data mengenai pengaruh berkembangnya *minimarket* modern terhadap kelangsungan usaha toko tradisional, narasumber yang akan di wawancarai adalah pedagang toko tradisional.

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara secara tidak terstruktur (percakapan), yaitu dengan menyusun terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan kepada informan. Hal ini dimaksudkan agar

pembicaraan dalam wawancara lebih terarah dan fokus pada tujuan yang dimaksud dan terhindar dari pembicaraan yang nantinya akan melebar ke topik lain. Selain itu juga digunakan sebagai patokan umum dan dapat dikembangkan peneliti melalui pertanyaan yang muncul ketika kegiatan wawancara berlangsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berfungsi untuk mengkaji data sekunder dalam suatu penelitian, teknik dokumentasi adalah suatu penelaahan beberapa dokumen yang ada kaitannya dengan masalah penelitian dengan mengumpulkan data dan informasi melalui pihak kedua. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data dengan arsip, buku dan lain sebagainya yang terdapat di perpustakaan dan sekitar lapangan penelitian.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Bogdan dan Biklen (Moleong, 2010) mengatakan bahwa analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan kerja dengan data, mengorganisasikan data, memilih-memilah data menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2012) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Teknik analisis data terdiri dari tiga alur aktivitas yaitu *data reduction*, *data display*, dan *data conclusion drawing/verification*.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles Dan Huberman. Model Miles dan Huberman digunakan untuk mengelompokkan data hasil observasi dan wawancara secara bertahap sehingga diperoleh suatu kesimpulan. Penjabaran analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data yang dilakukan pada data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata, fenomena, foto, sikap, dan perilaku keseharian yang diperoleh penelitian dari hasil obeservasi mereka dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan dengan menggunakan alat bantu yang berupa kamera.

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi data adalah membuat abstrak keseluruhan data yang sudah didapat dari semua catatan lapangan dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan.

Dalam penelitian ini reduksi data dilakukan saat peneliti mendapatkan data dari responden yaitu pedagang usaha warung tradisional di Kelurahan Salassa, Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara. Penulis kemudian menyederhanakan data tersebut dengan mengambil data-data yang mendukung dalam pembahasan penelitian ini. Sehingga data-data tersebut mengarah pada kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

### 3. Penyajian data

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Proses pada penyajian data yang akan dikemukakan, mengungkap keseluruhan dari yang sudah didapat dari penelitian agar lebih mudah dibaca dan dimengerti

Dalam menyajikan data dalam penelitian ini peneliti mendiskripsikan data-data tentang kondisi dari usaha warung tradisional. Dengan adanya penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

### 4. Kesimpulan dan verifikasi Data

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Penarikan kesimpulan merupakan hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Kesimpulan yang sudah diatur, disusun dan difokuskan secara sistematis kemudian disimpulkan sehingga peneliti dan pembaca akan dapat menemukan makna dalam data yang sudah ditemukan

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **1. Deskripsi Kelurahan Salassa**

Wilayah Kelurahan Salassa mempunyai luas 542 ha dengan jumlah penduduk sebanyak 2.148 jiwa yang terdiri 1.083 laki-laki dan 1.065. Kelurahan Salassa terdapat 4 lingkungan yaitu, Lingkungan Salassa, Lingkungan Benteng, Lingkungan Sambua, Lingkungan Sandra Sirua dan di Kelurahan Salassa ada berbagai macam agama yaitu agama Islam, Katolik, Protestan. Suasana kelurahan yang sejuk dan masih asri, juga rama akan lingkungan. Di Kelurahan Salassa, kecamatan Baebunta, kabupaten Luwu Utara banyak perumahan penduduk yang sudah dikategorikan permanen yaitu bangunan rumah sudah terbuat dari tembok, dan lantainya sudah keramik dengan atap rumah dari seng, secara umum rumah penduduk kelurahan Salassa sudah modernis dan minimalis dengan jenis rumah toko (ruko) dan rumah yang sederhana.

###### **2. Deskripsi Pemilik Warung Tradisional**

Responden dalam penelitian ini terdiri dari lima orang yang terdiri dari dua laki-laki dan tiga perempuan. Peneliti memperoleh data dengan melakukan wawancara mendalam. Pernyataan dari responden merupakan hasil dari pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti untuk mengungkapkan masalah yang diteliti.



a. Ani

Ani merupakan responden yang berjenis kelamin perempuan yang saat ini berusia 35 tahun. Ani telah menjadi pedagang warung tradisional selama 2 tahun. Warung Ani lokasinya berdekatan dengan warung responden yang lain, yaitu Pak Gunawan dan jarak dari *minimarket* modern adalah sekitar 500 m. Warung Ani menjual berbagai kebutuhan pokok seperti beras, telur, minyak goreng, tepung, rokok, tabung gas, air galon, dan berbagai jenis produk yang lain. Warung Ani memiliki banyak saingan warung lain dan ditambah sejak adanya pembangunan *minimarket* modern Ani semakin merasa terancam, karena jarak warung yang dekat dengan *minimarket* modern. Pendapatan yang didapatkan juga mengalami penurunan sejak adanya *minimarket* modern. Usaha warung merupakan sumber mata pencaharian utama keluarga Ani, oleh sebab itu Ani berusaha untuk mempertahankan eksistensi warungnya dengan menambah stok barang dagangan. Ani juga menata dengan baik barang dagangan agar memudahkan konsumen mudah dalam mencari barang.

**Gambar 4.1** Warung Ibu Ani



b. Ramlah

Ramlah merupakan responden berjenis kelamin perempuan yang berusia 43 tahun. Ramlah telah menjadi pedagang warung tradisional selama lima tahun. Lokasi warung Ramlah terletak sekitar satu kilometer dari *minimarket* modern. Warung Ramlah menjual berbagai kebutuhan pokok seperti beras, telur, minyak goreng, tabung gas, bensin eceran, camilan anak-anak, dan berbagai kebutuhan pokok yang lain. Ramlah merasa terancam sejak adanya *minimarket* modern, karena pendapatannya mengalami penurunan. Warga yang dulu selalu membeli kebutuhan pokok di warung Ramlah kini banyak yang beralih untuk membeli di *minimarket* modern, karena harganya yang lebih murah. Ramlah hanya pasrah akan keadaan yang dialami, karena tidak dapat melakukan protes akan pembangunan *minimarket* modern.

**Gambar 4.2** Warung Ibu Ramlah



c. Gunawan

Gunawan merupakan responden bejenis kelamin laki-laki yang berusia 55 tahun. Gunawan telah menjadi pedagang warung tradisional selama tujuh tahun. Lokasi warung Gunawan berdekatan dengan warung Ani dan berjarak sekitar 600 m dari *minimarket* modern. Warung Gunawan menjual berbagai kebutuhan pokok dan menggunakan jasa pesan antar. Pembeli yang membeli di warung Gunawan lebih sering memesan via *online* barang yang diinginkan. Gunawan memiliki karyawan yang bertugas untuk mengantarkan barang ke pembeli. Gunawan mengatakan bahwa sejak adanya *minimarket* modern pendapatannya mengalami penurunan dan pembeli tidak sebanyak yang dulu. Keunggulan warung Gunawan yang menggunakan jasa antar barang ke pembeli membuat beberapa pembeli setianya masih bertahan belanja di warung Gunawan. Usaha warung merupakan sumber utama mata pencaharian keluarga Gunawan. Gunawan telah melalui banyak rintangan selama ini untuk memperbesar warungnya. Gunawan akan mempertahankan eksistensi warungnya dan meningkatkan jumlah konsumen.

**Gambar 4.3** Warung Pak Gunawan



d. Baharuddin

Baharuddin merupakan responden laki-laki yang berusia 47 tahun. Baharuddin telah menjadi pedagang warung tradisional selama enam tahun. Warung Baharuddin berjarak sekitar 700 m dari *minimarket* modern. Warung Baharuddin menjual berbagai kebutuhan pokok, namun dalam jumlah yang kecil. Baharuddin tidak berani untuk menyetok dalam jumlah banyak, apalagi sejak adanya *minimarket* modern pendapatannya semakin menurun. Warga yang membeli di warung Baharuddin rata-rata hanya membeli barang dalam jumlah kecil, karena warga lebih sering berbelanja di warung lain dan *minimarket* modern untuk barang dalam jumlah besar. Warung Baharuddin sedari dulu memiliki pembeli yang rata-rata anak kecil, karena menyediakan banyak camilan untuk anak-anak.

**Gambar 4.4** Warung Pak Baharuddin



e. Mira

Mira merupakan responden yang berjenis kelamin perempuan yang berusia 56 tahun. Mira telah menjadi pedagang warung tradisional selama delapan tahun. Warung Mira berjarak sekitar satu kilometer dari *minimarket* modern. Warung Mira hanya menjual camilan dan kebutuhan dapur seperti penyedap rasa makanan. Warung Mira tidak memiliki kebutuhan pokok yang komplit. Pada dasarnya warung Mira tidak terlalu merasakan adanya perubahan dalam pendapatan yang didapatkan, karena sedari awal warung Mira hanya menjual sedikit barang. Usaha warung bukan merupakan mata pencaharian utama Mira.

**Gambar 4.5** Warung Ibu Mira



### 3. Jumlah dan jenis *Minimarket Modern*

**Tabel 4.1** Jumlah *minimarket Modern* di Kelurahan Salassa

<b>Nama <i>Minimarket Modern</i></b>	<b>Jumlah Unit</b>
Indomaret	1 Unit
Alfamidi	1 Unit
Alfamart	1 Unit
Jumlah	3 Unit

Sumber data: Observasi

Dari tabel 4.1 di atas terlihat bahwa *minimarket* modern yang berada di Kelurahan Salassa berjumlah tiga unit. *Minimarket* modern yang pertama kali didirikan pada tahun 2013 adalah Indomaret. Kemudian pada tahun 2016 didirikan Alfamart dan pada tahun 2019 didirikan Alfamidi. Hasil data ini menunjukkan bahwa *minimarket modern* bertambah hanya dalam rentang waktu yang dekat.

#### 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa rata-rata pedagang merasa terancam dengan adanya *minimarket* modern. *Minimarket* sebagai tempat berbelanja disukai oleh sebagian besar masyarakat sekarang, karena barang yang berada di *minimarket* cukup lengkap dan tidak perlu untuk ke supermarket yang jaraknya lumayan jauh dari rumah. Pada saat ini *minimarket* tumbuh di berbagai kota dan daerah yang mempunyai fasilitas yang cukup untuk memadai yang bertujuan untuk memanjakan konsumen. Nurani (2021) mengemukakan bahwa kelengkapan barang yang terdapat di *minimarket*

modern menyebabkan anacaman terdapat warung tradisional, karena konsumen akan lebih memilih belanja di tempat yang lebih lengkap.

*“Tentu saja kami disini pemilik usaha warung tradisional merasa terancam dengan banyaknya minimarket yang jaraknya tidak jauh dari tempat kami membuka usaha warung tradisional”.* (Ani)

*“Minimarket modern barangnya lebih lengkap dan selalu mengadakan promo-promo seperti gula, minyak goreng, sabun-sabun yah sudah pasti pelanggan tertarik untuk berbelanja ke minimarket”.*  
(Gunawan)

*“Dulu saja sebelum ada minimarket, kita juga sudah bersaing sama warung lain. Ditambah lagi ada minimarket yang dekat dari sini, tambah banyak orang yang membeli kesana. Itu yang bikin merasa terancam, tapi mau bagaimana, warung ini adalah sumber penghasilan.”* (Baharuddin)

Porter (2008) mengemukakan bahwa perkembangan *minimarket* modern semakin meningkat karena penyusunan strategi yang dilakukan sangat baik seperti memberikan iklan dan promosi harga. Pengemasan barang yang dilakukan *minimarket* modern juga sangat baik, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan jumlah konsumen. Seiring perkembangan *minimarket* modern yang signifikan menyebabkan pendapatan yang didapatkan pedagang warung tradisional mengalami penurunan.

*“Untuk penurunan barang yang terjual sudah pasti mengalami penurunan, karena minimarket modern selalu mengadakan promo-promo seperti gula, minyak goreng, sabun-sabun yah sudah pasti pelanggan tertarik untuk berbelanja ke minimarket”.* (Baharuddin)

*“Menurut saya tentu ada ancaman menurunnya terhadap pendapatan kami, sebab pembeli cari yang lebih murah”.* (Ramlah)

*“Mengenai kami pedagang warung apalagi yang berdekatan dengan minimarket modern seperti indomaret, alfamidi, alfamart tentu saja sangat terancam pada pendapatan kami karena seperti yang kita liat sekarang banyak orang yang beralih berbelanja ke minimarket yang membuat pendapatan kami terancam menurun”.* (Ani)

Kotler (2005) mengemukakan bahwa *minimarket* modern menjual berbagai barang yang di dapatkan dari berbagai macam tempat dan sumber, sehingga konsumen dapat membeli beraneka macam barang dalam jumlah kecil dan harga terjangkau. Warung tradisional pada umumnya hanya menyediakan beberapa barang saja. Barang yang pada umumnya dijual adalah kebutuhan pokok. Hal ini terjadi karena pedagang warung tradisional adalah milik perseorangan yang pada dasarnya adalah masyarakat menengah ke bawah.

*“Susah mau tambah barang jualan karena modal juga terbatas. Jadi diusahakan seadanya saja. Yang penting bahan pokok kayak beras,*



*gula, kopi itu selalu ada karena biasanya orang bisa beli secara ecer”.*

(Ramlah)

*“Supaya tetap banyak yang membeli disini barang dipenuhin jadi orang tertarik sama warung ini. Terus juga disini kan bisa antar barang ke rumah konsumen, itu yang bikin orang masih ada yang membeli disini karena bisa menunggu saja dirumah. Nanti kami yang antarkan. Tapi memang belum bisa sebanding sama minimarket. Banyak uangnya mereka jadi banyak juga barangnya.” (Gunawan)*

Ottis dan Sasana (2013) mengemukakan bahwa sistem pelayanan warung tradisional dilakukan dengan cara penjual yang mengambilkan barang dan sekaligus menjadi kasir. Beda dengan *minimarket* modern yang memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memilih sendiri barang yang diinginkan tanpa diburu waktu. Barang disediakan juga telah memiliki label harga, sehingga pembeli tidak perlu menanyakan harga terlebih dahulu. Setelah mendapatkan barang baru dibawa ke kasir untuk di bayar.

*“Ada pembeli yang pernah bilang katanya kalo di minimarket dia bisa pilih sendiri barang yang dia mau. Dia juga bisa lihat mana yang masih bagus dan tidak. Terus sudah ada harganya tertera. Kalo di warung, barangnya diambilkan sama penjual jadi kadang tidak sesuai sama yang dia mau.” (Mira)*

*“Yang menjadi kendala juga sebenarnya di warungku tidak tersusun rapi barang, beda sama di minimarket yang bagus sekali susunannya. Jadi saya berusaha untuk menata dengan rapi barang-barang julanku”.* (Ramlah)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa lima usaha warung tradisional yang menjadi tempat penelitian dengan *minimarket modern* berjarak mulai dari 500 m sampai 1 km. Jarak ketiga *minimarket modern* juga sangat berdekatan, sehingga menjadikan kawasan tersebut sebagai pusat belanja masyarakat sekitar. Ma'ruf (2005) mengemukakan bahwa pada umumnya letak *minimarket modern* dekat dengan pemukiman warga, sehingga dapat menarik minat warga untuk berbelanja karena situasi toko yang dilengkapi dengan pendingin udara dan tempat yang lebih luas.

Keberadaan *minimarket* saat ini dapat mengakibatkan ancaman bagi pedagang-pedagang kecil seperti usaha warung tradisional. Sebelumnya pedagang warung tradisional hanya bersaing dengan toko sejenisnya, setelah banyaknya pembangunan *minimarket* bertambah pula persaingan antara warung tradisional dan *minimarket* yang dapat mengakibatkan ancaman berkurangnya pendapatan pada pemilik warung tradisional.

*“Warung saya itu dekat dengan warung pak Gunawan. Dulu dia menjadi saingan berat saya. Dan sekarang ada juga minimarket, jadi bertambah saingan. Ini yang bikin pendapatan semakin menurun.”* (Ani)

*“Ada itu warung di bagian sana yang dulu selalu menjadi sainganku, tapi saya tidak pernah merasa terancam karena pendapatan yang kudapat tergolong stabil. Tapi sejak ada minimarket, saya merasa terancam karena menurun pendapatan yang kudapatkan.”* (Gunawan)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pedagang warung tradisional di Kelurahan Salassa mengatakan bahwa para pedagang tidak mengalami penurunan motivasi dalam usaha warung tradisional, walaupun banyaknya *minimarket* di sekitar wilayah warung tradisional di Kelurahan Salassa. Alasan utama para pedagang tetap bertahan karena warung tersebut merupakan sumber utama mata pencaharian para pedagang. Porter (2008) mengemukakan bahwa cara bersaing yang efektif adalah dengan cara memenuhi kebutuhan para konsumen dan memberikan produk yang lebih bervariasi.

*“Tetap bertahan untuk buka warung karena ini sumber pendapatan juga untuk keluarga. Sebisa mungkin ditambah saja barang-barang yang banyak dibutuhkan warga sekitar, seperti beras, bensin, rokok, dll.”*  
(Baharuddin)

*“Dulu sedikit barang jualanku, tapi sejak ada minimarket kutambah barangku. Karena sering juga ada yang menelpon mau dikirimkan barang tapi tidak ada stoknya. Jadi dia pergi ke minimarket*

*beli. Makanya kutambah barangku dan kukasi lebih bervariasi. Seperti rokok kukasi tambah banyak jenisnya.”* (Ramlah)

Nurani (2021) mengemukakan bahwa keberadaan *minimarket* modern dapat memberikan keperluan masyarakat dan menambah pendapatan bagi daerah, namun di sisi lain dapat menggeser atau menghilangkan warung tradisional. Peraturan Menteri Perdagangan RI nomor 70 tahun 2013 menyatakan bahwa pemerintah perlu membuat regulasi tentang penataan dan pengelolaan yang sinergis antara warung tradisional dan *minimarket* modern. Salah satu caranya adalah dengan membuat Peraturan Daerah tentang *minimarket* modern. Hal itu dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh kedua belah pihak dan masing-masing bisa mendapat rasa keadilan serta menjadikan hubungan keduanya harmonis dan dapat saling menunjang.

*“Tidak bisa juga protes karena minimarket sudah dapat izin dari pemerintah. Jadi kita hanya berharap semoga kita bisa berjalan beriringan. Karena banyak juga biasa lebih suka belanja di warung kalo kayak garam mau dia beli.”* (Ramlah)

*“Tidak pernah ada keinginan untuk protes karena memang mereka sudah dapat ijin pembangunan. Dan mereka memang dari segi kualitas juga bagus. Saya juga kadang pergi membeli disana. Saya Cuma berharap semoga warungku tetap berjalan dan banyak pembelinya.”* (Baharuddin)

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa rata-rata pedagang mengalami penurunan pendapatan sejak adanya *minimarket* modern. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muhzinat dan Achiria (2019) menunjukkan hasil bahwa keberadaan *minimarket* menyebabkan para pedagang warung tradisional kehilangan konsumen dan pendapatan yang didapatkan semakin menurun. Penelitian yang juga dilakukan oleh Jamal (2019) yang menunjukkan hasil bahwa warung tradisional yang jaraknya dekat dengan *minimarket* modern mengalami penurunan keuntungan yang signifikan. Sedangkan warung tradisional yang jaraknya jauh mengalami penurunan keuntungan yang tidak terlalu besar. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardhiyah Dan Safrin (2021) yang menunjukkan bahwa faktor yang menyebabkan *minimarket* modern lebih disukai adalah harga barang yang murah dan sering ada promosi harga, pelayanan yang baik, tempat yang nyaman, dan kelengkapan produk.

Pemerintah daerah diharapkan dapat memberi aturan yang jelas dan adil bagi pengelola *minimarket* modern maupun bagi pedagang warung tradisional yang merasakan dampak yang besar. Pemerintah daerah dapat melakukan sosialisasi kebijakan kepada semua pihak pelaku usaha, agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pemerintah dan pelaku usaha. Untuk penelitian selanjutnya semoga telah ada regulasi baru yang memuat tentang penataan dan pengelolaan yang sinergis antara warung tradisional, UMKM, dan toko modern.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembangunan *minimarket* modern memberikan dampak yang signifikan yaitu pedagang warung tradisional mengalami penurunan pendapatan, karena konsumen yang semakin berkurang disbanding dengan sebelum adanya *minimarket* modern. Pendapatan yang didapatkan pedagang warung tradisional sebelum ada *minimarket* modern cenderung stabil.
2. Pedagang warung tradisional tetap mempertahankan usahanya karena merupakan sumber mata pencaharian utama. Pedagang berusaha memperbaiki kualitas warung agar bisa mendapatkan banyak konsumen, walaupun tidak sebanding dengan *minimarket* modern.

#### **5.2 Saran**

1. Disarankan kepada para pedagang warung tradisional dengan banyaknya *minimarket* di Kelurahan, untuk lebih meningkatkan kualitas dan keberagaman kelengkapan barang yang dijual, menjaga kebersihan, harga yang terjangkau murah, juga bersikap ramah agar konsumen tertarik dan lebih nyaman berbelanja.
2. Disarankan kepada masyarakat Kelurahan Salassa untuk saling tolong menolong terhadap usaha-usaha kecil agar lebih maju dan berkembang, sehingga tidak mematikan usaha para pedagang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Metode Penelitian: Suatu pendekatan proposal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2000. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Edisi 6. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu, S. 1993. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberti.
- Chaniago, A., A. 1995. *Ekonomi 2*. Bandung: Angkasa.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design choosing among five approachess* 2nd edition. California, CA: Sage Publication.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Terjemahan oleh Achmad Fawaid & Rianayati Kusmini Pancasari. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwi, M. 2012. *Akutansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2006. Edisi 3. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Littlejohn, Stephen W (1996). *Theories of Human Communication*. California: Belmont, Woodsworth.
- Ma'ruf, H. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L., J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L., J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L., J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan A., M. 2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nurani, M., F. 2021. Toko modern dan tradisional: Keadilan regulasi. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 7(2).
- Perreault, W., D., & Jerome M., E. 2006. *Essential of Marketing: A global-managerial approach*. 10<sup>th</sup> ed. New York: McGraw-Hill.
- Porter, M., E. 2008. *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*. Tangerang: Kharisma Publishing.
- Raharjo, B. 2015. *Belajar Otodidak MySql*. Bandung: Informatika.
- Rahardjo, M. 2017. *Studi Kasus Penelitian Kualitatif: Konsep dan prosedurnya*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ottis, W., D., & Sasana, H. 2013. Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Economics*, 2(1).
- Soemarso, S., R. 2005. *Akutansi: Suatu pengantar*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sudjana, D. 2001. *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Production.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Uma S. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Toko Ibu Ani

