

DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET TERHADAP OMZET TOKO KELONTONG DI DESA COKROKEMBANG

Affani Muhamad Yusuf; Muhammad Anas

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dampak keberadaan *minimarket* terhadap omzet toko kelontong di Desa Cokrokembang, dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai dampak ekonomi bagi para pemilik usaha kecil terkait maraknya pembangunan *minimarket* di daerah Kecamatan Ngadirojo, tepatnya di Desa Cokrokembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Data 16 responden dikumpulkan dengan cara wawancara pada pihak terkait seperti pemilik toko kelontong tradisional, karyawan maupun pemilik *minimarket*, dan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan *minimarket* memiliki dampak ekonomi bagi para pelaku usaha toko kelontong tradisional. Dari sisi ekonomi, pendapatan toko kelontong cenderung menurun, dan terdapat perbedaan nyata pendapatan toko kelontong sebelum dan setelah adanya *minimarket* secara statistik. Agar dapat bersaing dengan *minimarket*, toko kelontong dapat memanfaatkan keberadaan *minimarket* untuk berbelanja barang-barang promo/diskon untuk dijual kembali di toko mereka dan membuat strategi bisnis agar tidak kehilangan pelanggan yang berakibat pada penurunan omzet penjualan.

Kata kunci: dampak ekonomi, *minimarket*, toko kelontong tradisional

Abstract

This research analyzes the impact of the existence of minimarkets on grocery stores in Cokrokembang Village, Ngadirojo District, with the aim of obtaining information regarding the economic impact for small business owners related to the widespread construction of minimarkets in the Ngadirojo District area, specifically in Cokrokembang Village. The research method used is a qualitative method. 16 responder's data was collected by interviewing related parties such as traditional grocery store owners, employees and minimarket owners, and consumers. The results of this research show that the existence of minimarkets has an economic impact on traditional grocery store business actors. From an economic perspective, grocery store revenues tend to decline, and there are statistically real differences in grocery store revenues before and after the existence of minimarkets. In order to compete with minimarkets, grocery stores can take advantage of the existence of minimarkets to shop for promo/discount items for resale in their stores and create business strategies so as not to lose customers which results in a decrease in sales turnover.

Key words: economic impact, minimarket, traditional grocery store

1. PENDAHULUAN

Persaingan warung kecil dengan minimarket merupakan fenomena yang tidak asing lagi, terutama pada zaman era globalisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat. Penyebab terjadinya persaingan antara keduanya adalah karena keduanya memiliki kesamaan dalam menjual

produk kebutuhan sehari-hari, tetapi dengan model pelayanan dan fasilitas yang berbeda. Indonesia menjadi rumah bagi bisnis minimarket di Asia Tenggara. Menurut Databoks, jumlah minimarket di Indonesia mencapai tercatat meningkat 39% pada 2015 hingga 2020 berdasarkan data Euromonitor International. Apabila hal ini terus terjadi, maka tidak menutup kemungkinan bahwa warung-warung kecil akan punah.

Kabupaten Pacitan merupakan salah satu daerah yang memiliki aturan mengenai penempatan toko modern ini sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Pacitan No. 6 Tahun 2012 tentang perlindungan pemberdayaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern. Peraturan Daerah tersebut menyebutkan bahwa pendirian minimarket seharusnya juga memperhatikan keberadaan warung atau toko di wilayah sekitar yang lebih kecil dibandingkan dengan minimarket tersebut. Namun, pada kenyataannya, banyak minimarket yang dekat dengan warung yang lebih kecil yang menyebabkan kekhawatiran pemilik usaha warung kecil atas kelangsungan usahanya. Berdasarkan observasi dengan mengumpulkan data yang ada di lapangan, terdapat data toko kelontong dan toko besar/minimarket di Desa Cokrokembang yang ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Toko Kelontong di Desa Cokrokembang

Kategori Toko	Nama Toko	Tahun	Alamat
Toko Kelontong	Toko Pak Samsul	2005	Dusun Baran, Desa Cokrokembang
	Toko Bu Yuni	2005	Dusun Cerbon, Desa Cokrokembang
	Toko Mbah Sisum	1998	Dusun Prancak, Desa Cokrokembang
	Toko Bu Ismi	2004	Dusun Prancak, Desa Cokrokembang
	Toko Bu Indar	2007	Dusun Prancak, Desa Cokrokembang
	Toko Bu Harti	2005	Dusun Prancak, Desa Cokrokembang
	Toko Bu Umi	2000	Dusun Cerbon, Desa Cokrokembang
	Toko Mbak Prapti	2006	Dusun Kwangen, Desa Cokrokembang
	Toko Mbak Wit	2006	Dusun Kwangen, Desa Cokrokembang
	Toko Pak Husain	2004	Dusun Sukun, Desa Cokrokembang
	Toko Bu Supat	2005	Dusun Prancak, Desa Cokrokembang
	Toko Mbah Ginen	2003	Dusun Cerbon, Desa Cokrokembang
	Toko besar/ <i>minimarket</i>	Toko Eka Putra	2010
Toko Mbak Santi		2010	Dusun Baran, Desa Cokrokembang
Toko Maestro		2015	Dusun Barak, Desa Cokrokembang
Toko TJM (Tunas Jaya Mandiri)		2012	Dusun Barak, Desa Cokrokembang

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa terdapat duabelas toko kelontong di Desa Cokrokembang, dan terdapat empat toko besar/*minimarket*. Toko kelontong di Desa Cokrokembang memiliki peran sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari dalam jumlah yang tidak banyak atau dalam keadaan darurat. Melalui wawancara dengan Sri, salah satu warga Desa Cokrokembang, diketahui bahwa Sri membeli barang di toko kelontong jika sabun mandi atau gas masak habis. Sebaliknya, peran *minimarket*/toko besar adalah untuk berbelanja bulanan.

Menurut Sandi & Maemunah (2020), persebaran *minimarket* atau toko besar pada satu sisi memiliki dampak positif karena mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan investasi.

Namun, di sisi lain, hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pedagang kecil kios tradisional, bahkan mematikan usaha mereka. Kehadiran pasar modern memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kios kecil (Alwiyah, 2018). Hal tersebut disebabkan karena warung kecil tergerus keberadaan minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan kelebihan lainnya bila dibandingkan dengan apa yang dapat ditawarkan oleh pedagang Kios tradisional (Muhzinat & Achiria, 2019).

Penelitian mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap toko kecil sudah banyak dilakukan. Ginting (2018) menemukan bahwa keberadaan minimarket seperti Alfamart dan Indomaret menyebabkan penurunan omzet pedagang tradisional di wilayah Talang Kelapa, Sumatera Selatan sebesar 25%-60%. Sebagian besar pedagang tradisional mengakui penurunan omzet disebabkan karena konsumen lebih memilih berbelanja ke Alfamart maupun Indomaret yang memiliki produk lebih lengkap. Kemudian, Mujahid & Nurdin (2018) meneliti dampak keberadaan minimarket terhadap warung kecil di Kota Banjarmasin, dan menemukan bahwa hadirnya minimarket menyebabkan kelesuan para pedagang warung kecil, bahkan mematikan usaha mereka. Kehadiran minimarket tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang warung kecil.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, diketahui bahwa toko besar atau minimarket dapat berdampak positif untuk mengurangi jumlah pengangguran dengan membuka kesempatan kerja. Meski demikian, kehadiran minimarket juga mempunyai dampak negatif karena sangat memengaruhi pendapatan, omzet, dan jumlah pelanggan warung kecil atau toko kelontong. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan *minimarket* terhadap omzet toko kelontong di desa Cokrokembang.

2. METODE

Penelitian ini bersifat kualitatif karena masalah yang diajukan dalam penelitian ini menekankan pada proses dan makna persepsi. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Analisis data bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengestimasi dampak keberadaan *minimarket* terhadap omzet toko kelontong di sekitarnya dengan menggambarkan keadaan fakta yang ada pada objek penelitian sebagaimana semestinya. Peneliti membutuhkan waktu sekitar delapan bulan untuk proses pengambilan data penelitian.

Adapun teknik pengambilan sampel untuk mengkaji dampak keberadaan *minimarket* terhadap omzet toko kelontong tradisional adalah purposif. Penggunaan sampel purposif ini disebabkan karena pengambilan sampel ditetapkan secara sengaja oleh peneliti atas dasar kriteria tertentu. Peneliti memilih sampel berdasarkan lokasi yang saling berdekatan antara toko kelontong dan *minimarket*

sehingga lebih mudah melakukan wawancara dan perbandingan. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara (*interview*), pengamatan (*observation*), dan studi dokumentasi.

Menurut Sugiyono (2019), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel.

Di samping metode kualitatif, penelitian ini juga akan menerapkan analisis kuantitatif berupa uji t untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan secara nyata antara rata-rata pendapatan toko kelontong sebelum dan setelah adanya *minimarket*. Hipotesis nol (H_0) pada uji t menyatakan bahwa $\mu = 0$ atau tidak terjadi perbedaan rata-rata pendapatan toko kelontong setelah adanya *minimarket*. Sementara itu, hipotesis alternatif (H_A) menyatakan bahwa $\mu < 0$ atau rata-rata pendapatan toko kelontong setelah adanya *minimarket* lebih rendah dari sebelum adanya *minimarket*.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t -hitung dengan t -tabel. H_0 ditolak jika nilai mutlak t -hitung lebih dari t -tabel. Adapun persamaan untuk memperoleh t -hitung adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{d}}{s_d / \sqrt{n}}$$

di mana d adalah perbedaan rata-rata pendapatan sebelum dan setelah adanya *minimarket*, dan s_d adalah simpangan baku d .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan pada 12 pemilik toko kelontong yang merasakan dampak keberadaan *minimarket*, baik dampak positif maupun dampak negatif. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh bahwa pemilik warung kecil merasakan kerugian yang cukup besar dengan adanya *minimarket*. Letak *minimarket* yang mudah dijangkau dan barang-barang yang relatif lebih lengkap membuat pembeli lebih memilih untuk berbelanja di *minimarket*. Maka, dapat disimpulkan bahwa dampak negatif setelah didirikannya *minimarket* adalah sebagai berikut:

- 1) Pemilik toko kelontong mengalami penurunan omzet penjualan.
- 2) Pemilik toko kelontong merasakan berkurangnya pembeli yang datang.
- 3) Pemilik toko kelontong mengalami kurangnya barang keluar sehingga membuat beberapa produk di warung menjadi kadaluwarsa.
- 4) Pemilik toko kelontong harus membuka tokonya lebih awal dan lebih lama.

Sementara itu, dampak positif setelah didirikannya minimarket yaitu pemilik warung merasa lebih mudah berbelanja ke minimarket guna memenuhi kebutuhan warungnya, terutama ketika minimarket mengadakan diskon promo harga barang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan data pendapatan/omzet toko kelontong per bulan sebelum dan sesudah adanya minimarket.

Tabel 2 Pendapatan Toko Kelontong Sebelum dan Setelah Adanya *Minimarket* per Bulan

Nama Toko	Pendapatan sebelum adanya <i>minimarket</i>	Pendapatan setelah adanya <i>minimarket</i>
Toko Pak Samsul	60.000.000	30.000.000
Toko Bu Yuni	40.000.000	25.500.000
Toko Mbah Sisum	40.000.000	25.000.000
Toko Bu Ismi	45.000.000	30.000.000
Toko Bu Indar	40.000.000	20.000.000
Toko Bu Harti	45.000.000	25.000.000
Toko Bu Umi	45.000.000	20.000.000
Toko Mbak Prapti	40.000.000	25.000.000
Toko Mbak Wit	55.000.000	35.000.000
Toko Pak Husain	45.000.000	20.000.000
Toko Bu Supat	45.000.000	25.000.000
Toko Mbah Ginen	40.000.000	20.000.000

Sumber: Data Primer

Kemudian, berdasarkan hasil penghitungan, diperoleh t-hitung sebesar -14,35; dan $-t$ -tabel dengan α 1% adalah sebesar 2,72. Dengan demikian, H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan toko kelontong setelah adanya minimarket lebih rendah secara nyata. Hal tersebut diduga toko kelontong mengalami penurunan omzet setelah munculnya minimarket.

4. PENUTUP

Penelitian ini menganalisis dampak keberadaan *minimarket* terhadap omzet toko kelontong di Kecamatan Ngadirojo, khususnya di Desa Cokrokembang. Setelah dilakukan wawancara dan analisis data, diketahui bahwa keberadaan *minimarket* berdampak pada menurunnya pendapatan toko kelontong yang ada di sekitarnya. Hal ini dikarenakan barang yang dijual di *minimarket* memiliki harga yang lebih rendah daripada harga di toko kelontong. Pihak *minimarket* juga sering kali mengadakan promo dan diskon barang yang mereka jual sehingga pembeli lebih tertarik untuk berbelanja di *minimarket* daripada berbelanja di toko kelontong. Di sisi lain, barang yang dijual di *minimarket* lebih beragam, menarik, dan mudah dijangkau oleh pembeli.

Agar dapat bersaing dengan *minimarket*, toko kelontong dapat memanfaatkan keberadaan *minimarket* untuk berbelanja barang-barang promo/diskon untuk dijual kembali di toko mereka. Toko kelontong juga dapat membuka tokonya lebih awal dan menutup tokonya lebih akhir daripada *minimarket* untuk menarik lebih banyak konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan bagi toko kelontong adalah membuat strategi bisnis agar tidak kehilangan pelanggan yang berakibat pada penurunan omzet penjualan. Diperlukan juga regulasi agar *minimarket* lebih bijaksana dalam menentukan harga barang agar tidak mematikan toko kelontong. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih dalam ketika mengkaji pokok permasalahan yang diteliti dengan metodologi yang berbeda sehingga penelitian selanjutnya dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, V. Y., Surtani, & Ahyuni. (2019). Dampak Keberadaan Minimarket Franchise terhadap Usaha Pedagang Kelontong di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi (Studi Kasus di Kelurahan Talang Banjar, Kelurahan Tanjung Sari dan Kelurahan Tanjung Pinang). *Jurnal Buana*, 3(1), 60–67. <https://doi.org/10.24036/student.v3i1.282>.
- Alwiyah, S. (2018). Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket terhadap Toko Kelontong Tradisional (Analisis Deskriptif Toko Kelontong Jl . Warakas Raya Jakarta Utara). Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Amelia, P., & Hardiansyah, M. A. (2022). Dampak Keberadaan Minimarket Alfamart bagi Warung Tradisional. *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humaniora*, 13(2), 295–301. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JPSH/index>.
- Borraz, F., Dubra, J., Ferrés, D., & Zipitría, L. (2014). Supermarket Entry and the Survival of Small Stores. *Review of Industrial Organization*, 44(1), 73-93. <https://doi.org/10.1007/s11151-013-9379-7>.
- Ginting, S. Y. (2018). Keberadaan Mini Market Alfamart dan Indomaret Kaitannya dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Swarnabhumi: Jurnal Geografi dan Pembelajaran Geografi*, 3(1), 67–76. <https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v3i1.2432>.
- Listihana, W. D., Aquino, A., & Arizal. (2014). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Modal Kerja dan Pendapatan Warung Tradisional di Kecamatan Rumbai dan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 553–562.
- Masruroh, R. (2017). The Impact of Modern Retail Minimarket towards the Continuity of Traditional Retail Businesses. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 180(1), 1-7. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/180/1/012005>.
- Muhzinat, Z., & Achiria, S. (2019). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 203–211. <https://doi.org/10.19105/igtishadia.v6i2.2448>.
- Mujahid., & Nurdin, N. (2018). Dampak Keberadaan Mini Market terhadap Warung Kecil di Kota Makassar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(1), 1.
- Nisa, L. S., Siska Fitriyanti, & Dewi Siska. (2021). Pengaruh Keberadaan Minimarket Waralaba terhadap Warung Tradisional di Kalimantan Selatan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 16(2), 181–195. <https://doi.org/10.47441/jkp.v16i2.191>.
- Novriadi, M. R., & Nasrudin. (2021). Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret dan Alfamart) terhadap Pendapatan Pedagang Kecil atau Toko Kelontong di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(2), 453–462.

- Sandi, S. P. H., & Maemunah, M. (2020). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang. *Jurnal Buana Ilmu*, 5(1), 137–146.
- Sanusi, S., Hardiyanto, W. T., & Bagus, N. (2012). Dampak Keberadaan Mini Market terhadap Pedagang Kaki Lima di Sepanjang Jalan MT Haryono Dinoyo Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(2), 1–4.
- Sari, E. N. L. (2013). Pengaruh Keberadaan Minimarket terhadap Kelangsungan Hidup Toko Kelontong di Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo. *Swara Bhumi: e-Journal Pendidikan Geografi FIS Unesa*, 2(1).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

