

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Keberadaan Minimarket Indonesia kini sudah memasuki era persaingan global, dimana setiap orang diberikan kebebasan untuk memiliki dan mengembangkan bisnis baik dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Apalagi di zaman modern saat ini, para pelaku bisnis dituntut untuk bisa beradaptasi dengan baik jika tidak ingin tergerus oleh zaman yang semakin canggih.

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional, maupun internasional.

Bisnis adalah transaksi antara dua pihak atau lebih dalam bentuk tertentu guna meraih manfaat dan karena interaksi tersebut mengandung risiko, maka diperlukan manajemen yang baik untuk meminimalkan sedapat mungkin risiko itu. Dalam bahasa Arab atau istilah agama Syariah dinamai muamalah.<sup>1</sup>

Persaingan bisnis merupakan suatu tindakan dimana setiap pelaku usaha berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Persaingan Usaha adalah dimana dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen pelaku usaha harus cerdas dalam menciptakan ikatan

---

<sup>1</sup> Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 1-2.

tertentu antara produk yang ditawarkannya dengan konsumen. Pelaku usaha dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari pelaku usaha tersebut dapat tercapai.

Persaingan bisnis akan menimbulkan persaingan usaha, Persaingan sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.<sup>2</sup>

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu usaha agar dapat mencapai sukses dalam persaingan dan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap usaha harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga dan kualitas yang pantas. Dengan demikian, setiap usaha harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya agar dapat memenangkan persaingan. Untuk memenangkan persaingan setiap pelaku usaha harus lebih tanggap terhadap kualitas produk atau jasa yang mereka jual. Kualitas produk akan menjadi pertimbangan penting bagi pembelian. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan (Kotler dan Keller, 2012:164). Semakin tinggi

---

<sup>2</sup> Tutik Retnowati, Denaldi Fernando, "Dampak Terhadap Konsumen Dari Persaingan Bisnis Tidak Sehat Para Pelaku Usaha Sepeda Motor", *Hukum Bisnis* 4, No.1, (April,2020): 291  
<https://repository.narotama.ac.id/1159/18/1024-Article%20Text-1785-1-10-20200629.pdf>

tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa pelaku usaha untuk mencapai keunggulan bersaing.<sup>3</sup>

Berbagai definisi telah dirumuskan oleh para profesional bisnis dan manajemen mengenai bisnis ritel atau perdagangan eceran. Menurut Tri Joko Utomo (2009), perdagangan eceran mencakup semua aktivitas komersial yang berhubungan dengan penjualan barang atau jasa, baik barang dan jasa tersebut dijual oleh bisnis atau organisasi komersial langsung kepada konsumen akhir untuk digunakan secara pribadi, keluarga, atau rumah tangga. Penjualan utama atau lebih dari 50% dalam konteks ini adalah kepada konsumen akhir, yang merupakan sebagian kecil dari keseluruhan pasar bisnis.

Pada intinya penting untuk dicatat bahwa pembelian eceran tidak hanya dilakukan oleh konsumen individu sebagai pengguna akhir, tetapi juga oleh pasar bisnis. Pasar bisnis sering kali membeli secara eceran karena beberapa alasan, seperti harga produk yang lebih rendah, yang dapat memberikan keuntungan jika dijual kembali, atau untuk mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi.

Ritel sendiri dapat dibagi menjadi beberapa kategori yang bervariasi berdasarkan bentuk, ukuran, dan tingkat modernitas. Berdasarkan tingkat modernitasnya, bisnis ritel dapat diklasifikasikan menjadi ritel tradisional dan ritel modern.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Nico Rifanto Halim, Donant Alananto Iskandar, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI", *Riset Manajemen dan Bisnis* 4, No.3, (Oktober, 2019): 416 <https://core.ac.uk/download/pdf/235155705.pdf>

<sup>4</sup> Lilik Indayani, Misti Hariasih & Sumartik, *Buku Ajar Manajemen Ritel* (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2022), 5.

Ritel tradisional merupakan bisnis yang fokus menjalankan perdagangan eceran dengan cara-cara yang masih sederhana dan konvensional. Menurut Chaniago (2021), ritel tradisional adalah usaha yang menekankan pada pengelolaan ritel secara tradisional dan konvensional, yang masih terbilang sederhana. Dengan demikian, eksistensi ritel tradisional dapat disimpulkan sebagai pernyataan aktivitas yang merujuk pada keberadaan dan peran dari bentuk perdagangan yang telah ada sejak lama, dengan fokus pada penjualan produk langsung kepada konsumen akhir secara konvensional. Model bisnis ini telah ada sebelum kemunculan platform online dan teknologi modern.

Toko ritel modern merupakan tempat tertutup yang menjual barang kebutuhan dengan desain yang memanfaatkan teknologi canggih dan strategi pemasaran yang lebih modern. Toko ritel modern dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih efisien, nyaman, dan terkini bagi konsumen. Mereka sering menggunakan teknologi digital dan sistem manajemen inventori terkomputerisasi.

Indonesia sedang mengalami transisi dari perekonomian tradisional ke perekonomian modern yang berkembang pesat. Kebutuhan untuk memperoleh barang-barang pokok dan penunjang kehidupan telah menciptakan persaingan ketat di pasar. Munculnya ritel modern sebagai pesaing menimbulkan kekhawatiran bagi para pedagang ritel tradisional.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Nadya Nurul Aziza, dkk., " Pengaruh Toko Ritel Modern Terhadap Eksistensi Ritel Tradisional Di Kecamatan Banjarmasin Selatan", *Technology, Business and Entrepreneurship* 1, No.2 (Desember 2023), 56 - 58. <https://ejournal.itbss.ac.id/index.php/techbus/article/view/9/8>

Persaingan toko kelontong 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, hanya model pelayanan dan fasilitas yang berbeda. Indonesia menjadi rumah bagi bisnis minimarket di Asia Tenggara. Laporan Nielsen's What's Next for Southeast Asia menunjukkan, jumlah minimarket di Indonesia mencapai 43.826 toko pada 2017. Dari tahun ke tahun, pertumbuhan ini meningkat sekitar 3,2%, jumlah minimarket mencapai lebih dari 40 ribu dengan penambahan lebih dari 1.000 minimarket setiap tahun (www.marketeers.com, 2019). Apabila hal ini terus terjadi, maka tidak menutup kemungkinan bahwa toko toko kelontong akan punah.<sup>6</sup>

"Toko kelontong", adalah sebuah toko kecil yang biasanya dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang setempat dan kebanyakan telah berdiri sejak beberapa dekade yang lalu. Toko kelontong sangat populer di kalangan masyarakat karna menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga, seperti bahan pokok (sembako), makanan ringan, alat tulis, alat mandi dan lain-lain.

Desa Blumbungan adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, dengan jumlah penduduk sekitar 18.675 jiwa. Di desa ini, terdapat berbagai toko kelontong yang tersebar di berbagai lokasi strategis, Ada tiga toko kelontong seperti di daerah sekitar pasar, di

---

<sup>6</sup> Santi Pertiwi arisandi, mumun maemuanah, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang, " *Buana Ilmu* 5, No.1 (Oktober, 2020): 138. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/BuanaIlmu/article/download/1221/973>

pinggir jalan, dan di pelosok gang. Kurang lebih lima tahun yang lalu, di Desa Blumbungan berdiri sebuah minimarket bernama Basmalah. Kehadiran minimarket Basmalah telah membawa perubahan signifikan bagi dinamika bisnis lokal, khususnya bagi para pemilik toko kelontong di Desa Blumbungan.

Minimarket Basmalah menawarkan lebih banyak pilihan produk dan menyediakan tempat berbelanja yang lebih nyaman bagi konsumen. Fasilitas yang lebih modern dan lingkungan yang lebih tertata rapi menarik minat banyak pelanggan yang sebelumnya berbelanja di toko kelontong. Akibatnya, keberlangsungan usaha toko-toko kelontong di Desa Blumbungan mulai menghadapi ancaman serius. Penurunan jumlah pelanggan yang berpindah ke minimarket berdampak langsung pada penurunan pendapatan dan eksistensi penjualan toko kelontong di Desa Blumbungan.

Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi ekonomi para pemilik toko kelontong di Desa Blumbungan, tetapi juga mencerminkan pergeseran dalam preferensi dan kebiasaan berbelanja masyarakat setempat. Minimarket Basmalah, dengan segala keunggulannya, telah memicu kompetisi yang ketat dan memaksa toko kelontong di Desa Blumbungan untuk beradaptasi dalam menghadapi tantangan baru ini.

Oleh karena itu sangat jelas dengan adanya Minimarket yang ada di Desa Blumbungan akan berdampak pada eksistensi toko kelontong. Terutama berdampak pada toko-toko kelontong yang terletak di Desa Blumbungan. maka dengan kondisi demikian peneliti sangat tertarik untuk mengkaji dan meneliti tentang permasalahan tersebut sehingga peneliti memiliki keinginan untuk menganalisis dan mengangkat judul tentang “Analisis Dampak keberadaan

Minimarket Terhadap Eksistensi Toko Kelontong Di Desa Blumbungan, Kabupaten Pamekasan”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka secara khusus pembahasan peneliti yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Bagaimana Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Eksistensi Toko Kelontong di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan?
2. Bagaimana Strategi yang Dilakukan Toko Kelontong Untuk Bersaing dengan Minimarket?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi toko kelontong di desa blumbungan kabupaten pamekasan.
2. Untuk mengetahui Strategi yang dilakukan toko kelontong di Desa Blumbungan kabupaten pamekasan untuk bersaing dengan Minimarket.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dalam penelitian ini yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan secara praktis, yaitu sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu penambahan ilmu dan dapat memberikan kontribusi baru yang signifikan

dalam bidang ekonomi. Terutama diharapkan bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya, penyusunan kebijakan, serta masyarakat daerah.

## **2. Kegunaan Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan manfaat khususnya kepada beberapa kalangan diantaranya sebagai berikut:

### **a. Bagi Peneliti**

Sebagai sumber untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan salah satu bentuk kontribusi pemikiran terhadap model bisnis serta melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan studi penulis sebagai sarjana lengkap strata 1 (S1) di prodi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN madura.

### **b. Bagi Masyarakat**

Semoga memberikan inspirasi dan informasi yang berguna bagi mereka yang berkeinginan untuk membuka usaha. Serta penelitian ini tidak hanya menjadi sumber motivasi, tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat membantu masyarakat mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis.

### **c. Bagi IAIN Madura**

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dan dapat pula dijadikan salah satu sumber untuk meningkatkan daya pikir mahasiswa.

## **E. Definisi Istilah**

Untuk meningkatkan fokus pada permasalahan yang akan dibahas dan memastikan pemahaman yang jelas terhadap judul penelitian, perlu dilakukan upaya untuk menghindari pemahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan.



Dengan demikian, analisis yang lebih akurat dan hasil yang lebih relevan dapat diperoleh. Berikut ini adalah definisi dari istilah tersebut:

### 1. Dampak Ekonomi Sosial

Dampak Ekonomi Sosial merupakan pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu kejadian, kebijakan, atau proyek terhadap ekonomi dan sosial masyarakat, Dampak ini dapat mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat, termasuk Pendidikan, Kesehatan, dan gaya hidup, serta memperlihatkan interaksi antara factor ekonomi dan sosial. Analisis dampak ekonomi sosial sering di lakukan untuk memahami efek jangka Panjang pada masyarakat dan untuk merumuskan kebijakan yang lebih baik.

### 2. Minimarket

Minimarket merupakan salah satu bentuk toko modern yang mengalami perkembangan pesat dan semakin diterima oleh masyarakat luas sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Popularitasnya yang kian meningkat tidak lepas dari lokasinya yang strategis, memudahkan akses bagi konsumen. Keberadaan minimarket yang tersebar di berbagai desa dan kelurahan juga berkontribusi signifikan terhadap daya tariknya, menjadikannya pilihan utama bagi banyak orang untuk berbelanja dengan nyaman dan efisien.<sup>7</sup>

### 3. Eksistensi

---

<sup>7</sup> Yayan Saputra, dkk., " Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menentukan Minimarket Sebagai Tempat Berbelanja", *Jurnal Rekavasi* 10, No. 1 (Mei, 2022): 45.

[https://pdfs.semanticscholar.org/92a0/5ebffda849661\\_1ed54f49d10a0c6118ee027.pdf](https://pdfs.semanticscholar.org/92a0/5ebffda849661_1ed54f49d10a0c6118ee027.pdf)

Eksistensi, menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, berarti keberadaan atau keadaan sesuatu. Kamus Besar Bahasa Indonesia juga mendefinisikannya sebagai "keberadaan" atau "adanya." Berdasarkan penjelasan tersebut, eksistensi dapat diartikan sebagai keberlanjutan dan penerimaan suatu kegiatan usaha oleh masyarakat dari waktu ke waktu.<sup>8</sup>

#### 4. Toko Kelontong

Toko kelontong adalah jenis usaha yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, dengan produk yang beragam dan lengkap, mulai dari peralatan hingga keperluan rumah tangga. Sebagai bagian dari UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), toko kelontong pernah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, khususnya saat krisis tahun 1989. Pada masa tersebut, UMKM berperan sebagai penyelamat ekonomi dan berkembang pesat. Toko kelontong, sebagai salah satu bentuk UMKM, telah menunjukkan kontribusi signifikan dalam mendukung stabilitas ekonomi negara.<sup>9</sup>

### F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang serupa telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yang dalam penelitiannya terdapat persamaan dan juga perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, serta ada kelebihan dan juga kekurangan yang dapat peneliti adopsi serta harus disempurnakan dalam

---

<sup>8</sup> Anwar Sanusi, Faisal Arif dan Rafan S. Hasyim, *Perubahan Eksistensi Sungai dan Pengaruhnya Bagi Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Kota Cirebon Pada Masa Hindia Belanda* (Cirebon: Yayasan Wiyata Bestari Samasta, 2022), 9.

<sup>9</sup> Ardito Wahyu Octian, "Apa Itu Toko Kelontong" MITRABUKALAPAK, <https://mitra.bukalapak.com/artikel/apa-itu-toko-kelontong-116025> 14 September 2022 pukul 12.26 WIB.

penelitian ini. Peneliti melihat dan meninjau beberapa karya terdahulu guna membandingkan dalam penelitian. Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang akan dilakukan selanjutnya. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang merujuk pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian terdahulu yang pertama, yang dilakukan oleh Ani Sukrina yang berjudul “Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Alfamaret dan Indomaret Terhadap Usaha Warung Tradisional di Kelurahan Delima Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa survei yang diberikan kepada 43 responden memiliki reliabilitas dan validitas yang tinggi, serta mengukur efikasi program rehabilitasi menggunakan SPSS Versi 3.00. Tingkat signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, bahkan mencapai 0,000. Hasil Uji T Sampel Berpasangan dari 43 responden mengindikasikan perubahan signifikan dalam omset dan jumlah pelanggan di ritel tradisional. Dari perspektif ekonomi Islam, kehadiran minimarket Alfamaret dan Indomaret memberikan dampak negatif terhadap operasional bisnis warung tradisional di Desa Delima. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan teknik penelitian; penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini mengadopsi metode kualitatif. Persamaannya, keduanya membahas dampak keberadaan minimarket terhadap usaha kecil.

Pada penelitian terdahulu kedua, yang dilakukan oleh Rina Arnisyah Tahun 2020 yang berjudul “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap keberlangsungan Usaha Toko Kelontong”. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa implementasi Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendag No. 53 Tahun 2008 tidak berjalan dengan semestinya, banyak pasal dalam peraturan tersebut tidak terlaksana dengan baik. Selain itu, pelaku toko kelontong memiliki persepsi negatif terhadap minimarket karena berdampak pada omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan mereka. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu peneliti membahas tentang pengaruh perubahan keuntungan Usaha Toko Kelontong, sedangkan si peneliti yaitu mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi Toko Kelontong. Adapun persamaannya yaitu keduanya sama-sama membahas mengenai dampak dari minimarket yang penjualannya mengalami penurunan pendapatan.

Penelitian terdahulu yang ketiga, dilakukan oleh Febri Wulansari Tahun 2020 dengan judul “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional”. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran minimarket memberikan dampak merugikan yang lebih signifikan terhadap pedagang di Pasar Tradisional Cerme. Hal ini dibuktikan dengan perubahan pola aktivitas bisnis, penurunan jumlah konsumen, dan penurunan pendapatan pedagang. Perbedaannya terletak pada objek penelitian; penelitian terdahulu meneliti para pedagang pasar tradisional, sedangkan penelitian ini meneliti para pemilik usaha toko kelontong. Persamaannya adalah keduanya bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap para pemilik usaha.

Penelitian terdahulu yang keempat, dilakukan oleh Indira Reza Pramesty Tahun 2023 dengan berjudul “Analisis Dampak Keberadaan

Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong Di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumber Baru Kabupaten Jember”. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran minimarket dapat membawa dampak buruk bagi toko kelontong di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten jember. Hal ini dibuktikan dengan perubahan pola belanja masyarakat dan penurunan omset penjualan toko kelontong. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu peneliti membahas tentang dampak dari minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong, sedangkan si peneliti yakni mengenai dampak keberadaan minimarket dan usaha usaha toko kelontong untuk mempertahankan eksistensinya. Adapun persamaannya sama-sama membahas mengenai penurunan keuntungan di karenakan hadirnya minimarket yang jaraknya dekat dengan toko kelontong.

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Ani Sukrina (2022)	Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Alfamart dan Indomaret Terhadap Usaha Warung Tradisional di Kelurahan Delima Kota Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sementara peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif	Sama-sama membahas dampak keberadaan minimarket terhadap usaha kecil
2.	Rina Arnisyah (2020)	Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap keberlangsungan Usaha Toko Kelontong	Penelitian terdahulu peneliti membahas tentang pengaruh perubahan keuntungan Usaha Toko Kelontong, sedangkan si peneliti	Keduanya sama-sama membahas mengenai dampak dari minimarket yang penjualannya

			yaitu mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi Toko Kelontong	mengalami penurunan pendapatan.
3.	Febri Wulansari Tahun (2020)	Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional	Perbedaannya terletak pada objek penelitian; penelitian terdahulu meneliti para pedagang pasar tradisional, sedangkan penelitian ini meneliti para pemilik usaha toko kelontong.	Keduanya bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap para pemilik usaha.
4.	Indira Reza Pramesty Tahun (2023)	Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong	Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu peneliti membahas tentang dampak dari minimarket untuk keberlangsungan toko kelontong, sedangkan si peneliti yakni mengenai dampak keberadaan minimarket dan usaha usaha toko kelontong untuk mempertahankan eksistensinya.	Adapun persamaannya sama-sama membahas mengenai penurunan keuntungan di karenakan hadirnya minimarket yang jaraknya dekat dengan toko kelontong