

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

##### 1. Profil Kelurahan Blumbungan Pamekasan

Masing-masing desa ataupun daerah tentu saja memiliki sejarah dan latar belakang daerahnya masing-masing dan itu merupakan cerminan dari karakter ataupun ciri khas dari daerah itu sendiri. Sejarah desa atau suatu daerah sangat sering tertuang dalam cerita rakyat yang itu dijadikan warisan secara turun-temurun dan dari mulut kemulut sehingga cukup sulit untuk dibuktikan kebenarannya dan tidak jarang pula sering dikaitkan dengan mitos-mitos di tempat tertentu yang dianggap keramat. Dalam desa blumbungan ini terdapat sebanyak 16 dusun yang mana di desa tersebut dipimpin oleh seorang kepala desa, ke-16 dusun tersebut diantaranya dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

**Tabel. 3 Nama Dusun**

No.	Nama Dusun
1.	Dusun Berruh
2.	Dusun Duwa' Tinggi
3.	Dusun Bantar
4.	Dusun Pegantenan
5.	Dusun Polay
6.	Dusun Sumber Batu
7.	Dusun Aeng Penay
8.	Dusun Pandian
9.	Dusun Toron Samalem
10.	Dusun Talaga
11.	Dusun Kendal
12.	Dusun Garuk
13.	Dusun Tambak

14.	Dusun Kaju Rajah
15.	Dusun Tomang Mateh
16.	Dusun Nyalaran

## 2. Letak Geografis

Salah satu desa yang berada di kecamatan larangan kabupaten pamekasan ialah desa blumbungan, jarak yang dapat ditempuh dari kota sekitar kurang lebih 9 Km, sedangkan bila dari pusat kota kurang lebih 5 K, des aini memiliki ketinggian tanah yang mencapai 5 hingga 15 M diatas permukaan laut, yang mana bertopografi datar dan berbukit hingga kemiringan 0-8%, sedangkan luas wilayah yang dimiliki desa blumbungan ini 36.968,286 Ha serta memiliki batas-batas wilayah yang dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Bagian Utara: Desa bangkes kecamatan kadur;
- b. Bagian Timur: Desa grujung kecamatan larangan;
- c. Bagian Selatan: Desa trasak serta peltong kecamatan pademawu;
- d. Bagian Barat: Kecamatan kota dan kecamatan pegantenan.

## 3. Letak Demografi

Total keseluruhan jumlah penduduk di desa blumbungan sebanyak 18.406 jiwa yang mana terbagi dari 9.119 jenis kelamin laki-laki dan 9.287 jenis kelamin perempuan, dan memiliki jumlah kartu keluarga sebanyak 5.613 kartu keluarga, luas lahan desa blumbungan dapat dibagi menjadi sebagai berikut:

- a. Permukiman: 332,279 Ha
- b. Lahan sawah tadah hujan: 35.000 Ha
- c. Hutan rakyat: 625,521 Ha
- d. Lain-lain: 0,2 Ha

## 4. Visi Dan Misi

- a. Visi

Gotong royong membangun desa blumbungan yang jujur, adil, sejahtera, berbudaya dan berahklak mulia.

b. Misi

- 1) Meningkatkan pelayanan Kesehatan masyarakat desa yang maksimal;
- 2) Pemerataan jaminan Kesehatan bagi warga kurang mampu;
- 3) Mewujudkan pemerintahan desa yang jujur dan berwibawa dengan pengambilan keputusan yang cepat tepat;
- 4) Mengedepankan kejujuran dan musyawarah mufakat dalam kehidupan sehari-hari baik dengan pemeritahan desa maupun dengan masyarakat desa;
- 5) Mewujudkan sarana dan prasarana desa yang merata dan memadai;
- 6) Meningkatkan profesionalitas dan mengaktifkan seluruh perangkat desa;
- 7) Mewujudkan perekonomian dan kesejahteraan warga desa blumbungan;
- 8) Meningkatkan kehidupan desa secara dinamis dalam segi keagamaan, kebudayaan dan keamanan.

## **B. Paparan Data**

Pada bagian paparan data yang berhasil didapatkan oleh peneliti berdasarkan Penelitian lapangan yang telah dilakukan, maka peneliti akan memaparkan dan Melaporkan data dari hasil penelitian yang bersumber dari jawaban para informan Yang telah peneliti lakukan baik dari berupa wawancara,

observasi, dan Dokumentasi sebagai media pengumpulan data yang dipakai dalam menggali Informasi dan pengumpulan data. Dari Data yang telah dikumpulkan terdapat beberapa jawaban yang terkait Dengan “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Eksistensi Toko Kelontong di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan”.

### **1. Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Eksistensi Toko Kelontong di Desa Blumbungan Kabupaten Pamekasan**

Dampak merupakan suatu akibat yang disebabkan oleh sesuatu dan Mempengaruhi keadaan seseorang atau kelompok. Dampak berperan dalam Menilai sejauh mana intervensi lembaga hukum menghasilkan efek yang Diinginkan, yang kemudian memicu perubahan dalam kehidupan masyarakat, Terutama di bidang sosial dan ekonomi. Sesuai dengan fokus masalah yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan subjek penelitian yaitu para informan terutama pemilik toko kelontong. Peneliti memilih para pemilik toko kelontong yang berada di satu kawasan dengan minimarket di Desa Blumbungan.

Untuk merespon permasalahan penelitian yaitu bagaimana dampak keberadaan minimarket terdga eksistensi toko Kelontong, agar lebih jelas dapat dilihat dari hhasil wawancara yang Dilakukan peneliti dengan informan sebagai berikut:

Menurut beberapa informan menyatakan bahwa berdirinya minimarket ini memberikan dampak bagi usaha mereka, seperti yang dikatakan oleh informan saat peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Sarbini.

“Berdirinya minimarket di sekitaran toko kelontong pastinya berpengaruh terhadap eksistensi toko kelontong itu sendiri. Mulai dari bangunan minimarket yang mewah juga dagangan yang lebih bervariasi. Dampaknya yang

jelas bisa mengurangi penghasilan, karena banyak minimarket mengecor dagangannya setara dengan harga di toko kelontong dan tak jarang ada yg menjual dibawah harga toko kelontong. Bagi saya harusnya harga kulakannya lah yang di buat murah, kalau ecerannya mesti di atas harga toko kelontong. Biar seimbang.”<sup>1</sup>

Informan lain, khususnya ibu Deti juga mengatakan hal yang sama:

“Jika ditanya berpengaruh sangat berpengaruh, karna sejak adanya minimarket ini saya memang mengalami penurunan jumlah pelanggan, dikarenakan kemungkinan besar para pelanggan memilih belanja di minimarket karena tempatnya yang bagus dan luas.”<sup>2</sup>

Sedikit berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Faik,

“Menurut saya hadirnya minimarket ini berpengaruh terhadap toko saya tapi tidak terlalu karna di blumbungan sebelum ada minimarket juga terjadi persaingan bisnis antar toko dan toko saya terletak di gang kecil, jadi memang orang sekitar yang membeli tapi kalau mereka mau yang lengkap mereka ke minimarket”.<sup>3</sup>

Informan minimarket bapak yusril mengatakan hal yang serupa yaitu:

“Kalau dilihat dari pelanggan ya ada pengaruhnya, tapi kan kebutuhan orang beda beda mba, ada yang sukanya ke minimarket karena lebih lengkap dan fasilitasnya nyaman ada juga yang tetap setia ke toko kelontong karena lebih dekat atau mungkin sudah langganan lama”.<sup>4</sup>

Bapak ali yang merupakan konsumen toko kelontong mengatakan:

“Ya mbak, berpengaruh sekali, apalagi dari segi ekonomi itu, gara gara persaingan yang ketat banyak mengalami penurunan omset yang cukup drastis. Konsumen juga lebih sering memilih berbelanja ke minimarket karena anggapan mereka lebih praktis dan modern.”<sup>5</sup>

Begitupun juga sama dengan yang di sampaikan ibu uun selalu konsumen minimarket:

“Sebagai konsumen, keberadaan minimarket memang bikin belanja jadi lebih praktis, apalagi karena tempatnya bersih, barangnya lengkap, dan sering ada promo. Tapi, jujur aja, kasihan juga sama toko kelontong kecil di sekitar

---

<sup>1</sup> Sarbini, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (29 september 2024).

<sup>2</sup> Dety, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>3</sup> Faiqoh, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>4</sup> Yusril, Pegawai minimarket basmalah, Wawancara langsung, (2 Oktober 2024).

<sup>5</sup> Ali, Konsumen Toko Kelontong, wawancara langsung (12 November 2024).

rumah. Mereka jadi sepi pembeli karena orang-orang lebih milih belanja di minimarket.”<sup>6</sup>

Diperkuat dengan jawaban yang di sampaikan Bapak firman sebagai konsumen toko kelontong dan minimarket:

“Sebagai konsumen, saya merasa keberadaan minimarket memang cukup berpengaruh ke toko kelontong. Minimarket sering punya suasana yang lebih nyaman, pilihan barang lebih lengkap, dan sistem pembayaran yang praktis, jadi banyak orang, termasuk saya, lebih suka belanja di sana.”<sup>7</sup>

Jadi menurut hasil wawancara dengan para pemilik toko kelontong, minimarket dan konsumen dapat disimpulkan bahwasanya dengan berdirinya minimarket tersebut yang ada disekitar toko kelontong pastinya berpengaruh terhadap eksistensi toko kelontong itu sendiri. mulai dari bangunan minimarket yang mewah juga dagangan yang lebih bervariasi.

Berdirinya minimarket di sekitar toko kelontong memiliki pengaruh terhadap eksistensi toko kelontong. Informan menyatakan bahwa sebelum adanya minimarket, toko kelontong cukup menguntungkan dan banyak dikenal oleh masyarakat. Namun, setelah minimarket muncul, toko kelontong tersebut mengalami penurunan penghasilan dan jumlah pelanggan. Ada juga yang menyebutkan bahwa persaingan bisnis antar toko sudah ada sebelum minimarket muncul, tetapi minimarket menawarkan barang yang lebih lengkap, sehingga banyak orang yang memilih minimarket. Dengan demikian, berdirinya minimarket di sekitaran toko kelontong menyebabkan penurunan penghasilan dan jumlah pelanggan, serta meningkatkan persaingan bisnis. Dari perspektif konsumen, minimarket dianggap lebih nyaman karena tempat yang bersih,

---

<sup>6</sup> Uun, Konsumen Minimarket, wawancara langsung (12 November 2024).

<sup>7</sup> Firman, Konsumen Minimarket Dan Toko Kelontong, Wawancara Langsung (12 November 2024).

produk yang lengkap, serta sistem pembayaran yang praktis. Banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di minimarket, daripada toko kelontong. Keberadaan minimarket juga menimbulkan keprihatinan terhadap toko kelontong kecil yang semakin kehilangan pelanggan.

Untuk mengetahui sikap yang timbul dalam menghadapi dampak yang ada dari adanya keberadaan minimarket peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Sarbini, yang merupakan pemilik toko kelontong. Bapak Sarbini mengatakan:

“Adanya minimarket ya sah sah aja. Yang penting izinnya jelas, dan harusnya jangan mendirikan minimarket yang sangat dekat dengan toko kelontong juga harga jual barangnya jangan menyaingi harga jual toko kelontong.”<sup>8</sup>

Informan lain, yaitu ibu Deti mengatakan:

“Bagaimana lagi ya mbak, mau gimana pun Uda dibangun ya kita pasrah aja rejeki ada yang ngatur. Tapi semoga saja usaha toko kelontong saya ini terus berjalan walaupun ada toko toko modern kayak minimarket”.<sup>9</sup>

Informan lainnya yaitu, Ibu Faik mengatakan:

“Sikap kami terhadap dampak yang terjadi yaitu kami termotivasi untuk melakukan perubahan sehingga konsumen yang berbelanja di toko saya merasa puas dan tetap setia berbelanja di toko saya, salah satunya dengan cara menyetok barang agar tidak kehabisan dan memenuhi kebutuhan konsumen.”<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Peneliti dengan pemilik toko kelontong, dapat disimpulkan bahwasanya keberadaan minimarket memberikan dampak yang bervariasi terhadap toko kelontong. Para pemilik toko kelontong mengakui bahwa meskipun minimarket sah untuk berdiri, mereka berharap agar izin operasionalnya jelas dan tidak berlokasi terlalu dekat dengan

---

<sup>8</sup> Sarbini, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (29 september 2024).

<sup>9</sup> Dety, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>10</sup> Faiqoh, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

toko mereka. Meskipun ada kekhawatiran mengenai persaingan harga, pemilik toko kelontong menunjukkan sikap positif dengan beradaptasi dan berinovasi untuk menarik pelanggan, seperti meningkatkan pelayanan dan memastikan ketersediaan stok barang. Hal ini mencerminkan semangat untuk tetap bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah tantangan yang ada.

Dalam mengetahui dampak sosial dari keberadaan Minimarket terhadap masyarakat sekitar Toko kelontong, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko kelontong yaitu bapak Sarbini yang merupakan pemilik toko kelontong. Bapak Sarbini mengatakan:

“Dampak sosial dari keberadaan minimarket yaitu berkurangnya jumlah pelanggan yang datang ke toko saya. Sangat terlihat dari adanya minimarket ini pelanggan yang sudah langganan berbelanja disini dikit demi sedikit sudah tidak berbelanja disini.”<sup>11</sup>

Informan lain, yaitu Ibu Deti mengatakan:

“Dulu sebelum adanya dan viralnya minimarket toko saya dibidang lumayan untuk masalah penghasilan, juga sampe banyak yang mengenal saya, semenjak ada minimarket bukan hanya di toko saya saja bahkan pasar juga sekarang sudah semakin sepi”<sup>12</sup>

Informan selanjutnya, yaitu Ibu Faik mengatakan:

“Kehadiran minimarket membawa dampak sosial juga bagi toko kelontong, terutama dalam hal persaingan dan perubahan pola belanja masyarakat. Selain itu, orang juga lebih suka belanja di minimarket karena lebih nyaman dan praktis, yang akhirnya mengurangi kunjungan ke toko kelontong.”<sup>13</sup>

Informan minimarket bapak yusril mengatakan hal demikian yaitu:

“Saya menyadari kehadiran kami memberikan lebih banyak pilihan bagi warga desa, meski bisa memengaruhi toko kelontong. Namun, banyak warga tetap setia memilih toko kelontong karena hubungan sosial yang erat dengan pemilik kelontong, yang didasarkan pada saling kenal dan membantu.”<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Sarbini, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (29 september 2024).

<sup>12</sup> Dety, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>13</sup> Faiqoh, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>14</sup> Yusril, Pegawai minimarket basmalah, Wawancara langsung, (2 Oktober 2024).

Informan konsumen Toko kelontong yaitu Bapak ali mengatakan:

“Dampak yang dirasakan itu ya mba dulu, toko kelontong jadi tempat ngumpul dan berinteraksi buat warga-warga sekitar. Tapi, dengan adanya minimarket, interaksi ini mulai berkurang karena masyarakat lebih sering berbelanja sendiri. Dan juga karena ada minimarket mengurangi rasa keakraban.”<sup>15</sup>

Konsumen minimarket ibu uun juga mengatakan hal serupa:

“Dampak sosialnya, rasa solidaritas antar warga bisa berkurang karena orang lebih jarang ngobrol atau interaksi di toko kelontong.”<sup>16</sup>

Informan selanjutnya yaitu konsumen toko dan minimarket mengatakan:

“Dampak sosial negatif dari keberadaan minimarket terhadap toko kelontong adalah berkurangnya interaksi sosial antara pemilik toko dan pelanggan. Di toko kelontong, pembeli sering ngobrol santai dengan pemilik toko, bahkan bisa berhutang kalau sedang kesulitan. Dampak positifnya jadi menciptakan lapangan kerja dan jadi lebih ramai.”<sup>17</sup>

Dari hari wawancara yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa keberadaan minimarket memberikan dampak sosial yang kompleks terhadap toko kelontong dan masyarakat sekitar. Secara umum, minimarket menarik pelanggan dari toko kelontong, menyebabkan penurunan pendapatan dan persaingan yang semakin ketat. Perubahan pola belanja masyarakat yang cenderung lebih praktis dan nyaman juga turut berkontribusi pada penurunan kunjungan ke toko kelontong. Berkurangnya interaksi sosial antara pemilik toko kelontong dan konsumen, yang sebelumnya menjadi tempat warga berkumpul dan berinteraksi. Meskipun demikian, minimarket juga membawa dampak positif, seperti menciptakan lapangan kerja baru.

---

<sup>15</sup> Ali, Konsumen Toko Kelontong, wawancara langsung (12 November 2024).

<sup>16</sup> Uun, Konsumen Minimarket, wawancara langsung (12 November 2024).

<sup>17</sup> Firman, Konsumen Minimarket Dan Toko Kelontong, Wawancara Langsung (12 November 2024).

## **2. Strategi yang Dilakukan Toko Kelontong Untuk Bersaing Dengan Minimarket**

Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan produksi, distribusi, dan penjualan barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Dalam konteks penelitian mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi toko kelontong, bisnis tidak hanya sebatas aktivitas jual beli, tetapi juga mencakup strategi bersaing yang harus dilakukan oleh pelaku usaha agar tetap bertahan di tengah persaingan. Toko kelontong sebagai salah satu bentuk usaha tradisional, menghadapi tantangan dari keberadaan minimarket modern yang lebih terorganisir dan menawarkan kenyamanan bagi konsumen.

Untuk mengetahui strategi yang dilakukan toko kelontong untuk bersaing dengan minimarket, peneliti melakukan wawancara dengan para pemilik usaha toko kelontong. Bapak Sarbini selaku pemilik usaha toko kelontong mengatakan:

“Upaya untuk mempertahankan eksistensi toko saya pasti ada. Seperti nambah modal untuk membeli banyak barang dagangan lagi”.<sup>18</sup>

Lalu ibu Deti yang juga merupakan pemilik toko kelontong juga mengatakan:

“Nah, kalau buat saingan sama minimarket, saya sih fokus aja jaga kualitas barang dan layani pelanggan dengan ramah, biar mereka betah belanja di sini. Terus, saya jual beberapa barang yang nggak ada di minimarket, kayak jajanan tradisional atau produk lokal gitu”.<sup>19</sup>

Lalu informan lainnya yaitu Ibu Faik mengatakan:

“Upayanya yaitu kami harus melakukan perubahan dengan cara memperhatikan stok barang di toko agar selalu banyak supaya memenuhi kebutuhan pelanggan lalu mengontrol kelayakan barang dan terakhir tidak

---

<sup>18</sup> Sarbini, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (29 september 2024).

<sup>19</sup> Dety, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

mengambil keuntungan yang terlalu besar seperti menjualnya sesuai dengan harga pasaran.”<sup>20</sup>

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko kelontong, strategi utama yang dilakukan untuk bersaing dengan minimarket mencakup penambahan modal untuk memperluas stok barang, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang ramah, serta menawarkan barang unik seperti jajanan tradisional atau produk lokal yang tidak tersedia di minimarket. Selain itu, mereka juga berfokus pada manajemen stok barang agar tetap tersedia, menjaga kelayakan produk, dan menetapkan harga yang sesuai dengan pasar tanpa mengambil keuntungan berlebihan. Langkah-langkah ini menunjukkan upaya toko kelontong untuk tetap relevan dan menarik pelanggan di tengah persaingan dengan minimarket modern.

Strategi tersebut sejalan dengan nilai-nilai syariah dalam bisnis, seperti keadilan dalam penentuan harga, kejujuran dalam menjaga kualitas barang, dan memberikan manfaat kepada masyarakat dengan mendukung produk lokal. Pelayanan yang ramah kepada pelanggan juga mencerminkan prinsip ihsan, yakni memberikan yang terbaik dalam setiap interaksi. Dengan menerapkan strategi ini, toko kelontong tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga menjalankan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam, yang pada akhirnya membawa keberkahan bagi pelaku usaha dan masyarakat.

Adapun dalam mengetahui kehidupan yang semakin maju ini mendorong masyarakat untuk bersikap menjadi lebih modern atau tidak

---

<sup>20</sup> Faiqoh, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

terutama dalam hal berbelanja peneliti melakukan wawancara dengan bapak Sarbini:

“iya pastinya, zaman sekarang makin maju, jadi orang-orang lebih suka belanja di minimarket karena barangnya banyak dan harganya bersaing. Dulu toko saya ramai, sekarang mereka lebih milih ke minimarket.”<sup>21</sup>

Begitupun juga dikatakan oleh ibu Deti selaku pemilik toko kelontong kedua juga mengatakan:

“Minimarket bikin toko saya sepi, padahal dulu banyak yang belanja di sini. Orang sekarang lebih suka yang cepat dan praktis.”<sup>22</sup>

Pernyataan tersebut juga di perkuat oleh ibu Faik yang mengatakan:

“Saya setuju, zaman maju bikin orang lebih modern dalam belanja. Memang banyak yang pindah ke minimarket, tapi saya percaya toko kelontong punya kelebihan sendiri, seperti hubungan akrab sama pelanggan.”<sup>23</sup>

Konsumen toko kelontong bapak ali mengatakan:

“Iya mbak, kalau dulu butuh apa apa harus pergi ke toko kelontong atau pasar dulu sekarang sudah canggih ada hp terkadang orang orang beli online ataupun pergi ke minimarket yang barangnya itu bermacam macam dan lengkap.”<sup>24</sup>

Informan lain yaitu ibu uun yang merupakan konsumen minimarket menyampaikan:

“Kalau soal kehidupan modern, ya memang sih, orang-orang sekarang cenderung lebih suka yang serba cepat dan praktis, jadi minimarket lebih sesuai.”<sup>25</sup>

Bapak firman sebagai konsumen toko kelontong dan minimarket mengatakan hal serupa yaitu:

“Kalau dipikir-pikir, gaya hidup yang makin maju memang bikin kita cenderung cari yang serba cepat dan praktis, termasuk soal belanja. Toko

---

<sup>21</sup> Sarbini, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (29 september 2024).

<sup>22</sup> Dety, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>23</sup> Faiqoh, Pemilik toko kelontong, Wawancara langsung, (1 Oktober 2024).

<sup>24</sup> Ali, Konsumen Toko Kelontong, wawancara langsung (12 November 2024).

<sup>25</sup> Uun, Konsumen Minimarket, wawancara langsung (12 November 2024).

kelontong masih punya tempat, apalagi kalau lokasinya strategis atau barangnya lebih murah, tapi saingannya memang makin berat.”<sup>26</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa perkembangan zaman dan kemajuan teknologi mendorong masyarakat untuk bersikap lebih modern, terutama dalam kebiasaan berbelanja. di mana mereka cenderung memilih tempat yang menawarkan kecepatan, kemudahan, dan kelengkapan, seperti minimarket dan belanja online. Orang-orang cenderung memilih minimarket karena dianggap lebih praktis, menyediakan banyak barang, dan menawarkan harga yang bersaing. Hal ini berdampak negatif pada toko kelontong yang mulai sepi pengunjung.

### **C. Temuan Peneliti**

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti melalui berbagai metode Pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti dapat menemukan beberapa hasil penelitian mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi toko kelontong di Desa Blumbungan yang akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Eksistensi Toko Kelontong
  - a. Dampak ekonomi
    - 1) Penurunan Pendapatan: Minimarket menyebabkan pendapatan toko kelontong menurun karena menawarkan fasilitas nyaman dan harga kompetitif.

---

<sup>26</sup> Firman, Konsumen Minimarket Dan Toko Kelontong, Wawancara Langsung (12 November 2024).

- 2) Persaingan harga: Minimarket cenderung menawarkan harga stabil dan sering promo, membuat toko kelontong sulit bersaing. Akibatnya, pemilik toko kelontong harus menurunkan harga, yang dapat mengurangi keuntungan.
- 3) Pemanfaatan Modal yang terbatas: Minimarket biasanya memiliki akses ke modal yang lebih besar sehingga bisa menawarkan lebih banyak produk dan layanan dibandingkan dengan toko kelontong yang seringkali memiliki keterbatasan modal.

b. Dampak sosial

- 1) Perubahan Pola Belanja Masyarakat: Kehadiran minimarket yang lebih praktis dan nyaman menarik konsumen, mengurangi kunjungan ke toko kelontong.
- 2) Persaingan Usaha yang Semakin Ketat: Toko kelontong menghadapi tekanan untuk bersaing dengan layanan minimarket, memaksa mereka menyesuaikan strategi agar tetap bertahan.
- 3) Hubungan Sosial: Minimarket menawarkan kenyamanan, tetapi mengancam keberlangsungan toko kelontong yang mengedepankan hubungan sosial dengan pelanggan.

2. Strategi yang dilakukan Toko Kelontong untuk Bersaing Dengan Minimarket

- a. Strategi operasional syariah pada toko kelontong meliputi peningkatan stok barang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan,

menjaga ketersediaan produk, serta memantau kelayakan barang secara rutin guna memastikan kualitas. Strategi ini mencerminkan nilai Islam seperti masalah dengan memberikan manfaat kepada konsumen secara baik dan bertanggung jawab, amanah dengan menjaga kepercayaan melalui penyediaan produk berkualitas, serta menghindari gharar (ketidakpastian) dalam transaksi, sehingga bisnis tetap kompetitif, beretika, dan penuh keberkahan.

- b. Strategi pemasaran syariah dilakukan dengan mengatur produk secara rapi dan tertata mencerminkan nilai estetika dan kebersihan dalam Islam. Penampilan produk yang menarik juga merupakan bentuk penghormatan terhadap konsumen. Sementara itu, mengandalkan *word of mouth* sebagai strategi utama sejalan dengan prinsip tabligh atau menyampaikan kebaikan.
- c. Strategi Sumber Daya Insani (SDI) yang diterapkan pada toko kelontong, seperti memberikan pelayanan pribadi yang ramah dan sopan, sangat sejalan dengan nilai-nilai Islam. Sikap ramah dan sopan merupakan manifestasi dari akhlakul karimah yang diajarkan Islam.
- d. Strategi manajemen keuangan syariah pada toko kelontong mencakup penetapan harga kompetitif dan investasi untuk pertumbuhan. Penetapan harga yang kompetitif mencerminkan prinsip keadilan dalam transaksi, sedangkan investasi modal mendukung keberlanjutan usaha. Nilai syariah yang terkandung dalam strategi ini meliputi keadilan dan transparansi yang sejalan

dengan prinsip-prinsip syariah dalam menghindari riba dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Eksistensi Toko Kelontong**

Definisi dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang dapat mendatangkan akibat baik positif atau negatif.<sup>27</sup> Pengaruh merupakan daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang turut serta membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh ialah suatu keadaan dimana terdapat hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.

Definisi Dampak sendiri yaitu suatu akibat yang disebabkan oleh sesuatu dan dapat mempengaruhi keadaan seseorang ataupun kelompok. Dampak memiliki peran dalam Menilai sejauh mana intervensi lembaga hukum menghasilkan efek yang mereka inginkan, dan kemudian dapat memicu perubahan didalam kehidupan masyarakat, terutama di bidang sosial dan ekonomi.

Dampak Keberadaan Minimarket terhadap eksistensi toko kelontong di desa blumbungan merupakan dampak yang timbul akibat perubahan pola belanja masyarakat yang lebih memilih minimarket karena kenyamanan, variasi produk, dan harga yang kompetitif. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah pelanggan

---

<sup>27</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Dampak Media Sosial Terhadap Permasalahan Sosial Anak", *Journal UNITA* (November, 2018): 90 <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/download/141/133>

dan pendapatan toko kelontong, sehingga mereka harus beradaptasi dengan meningkatkan kualitas layanan dan produk.

a. Dampak Sosial

Dampak sosial merupakan sebuah bentuk dari akibat ataupun pengaruh yang terjadi karena adanya sesuatu hal.<sup>28</sup> Pengaruh yang dimaksud adalah akibat yang diterima oleh masyarakat, baik itu dikarenakan suatu kejadian yang mempengaruhi masyarakat atau hal lainnya yang ada didalam masyarakat. Jadi dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi toko kelontong di Desa Blumbungan, menimbulkan dampak sosial. Dari hasil wawancara dengan beberapa pemilik toko kelontong di Desa Blumbungan, Para pemilik toko kelontong, mengungkapkan beberapa dampak sosial yaitu jumlah pelanggannya semakin berkurang sejak adanya minimarket, Pelanggan yang sebelumnya setia berbelanja di tokonya kini beralih ke minimarket dan mereka juga mengatakan Minimarket tidak hanya mengurangi jumlah pelanggan tokonya, tetapi juga membuat pasar tradisional semakin sepi. Lalu minimarket menawarkan kenyamanan dan kepraktisan yang lebih baik, sehingga menarik minat konsumen.

Pihak minimarket juga mengakui bahwa kehadiran mereka memberikan pilihan yang lebih banyak bagi masyarakat. Namun, mereka juga menyadari bahwa toko kelontong masih memiliki peran penting, terutama dalam menjaga hubungan sosial di masyarakat. Menurut perwakilan minimarket,

---

<sup>28</sup> Sangputri Sidik, Awaluddin Hasrin, Siti Fathimah, “Analisis Dampak Kebijakan Pembatasan Waktu Operasional Pasar Di Kabupaten Minahasa Akibat Penanggulangan Covid-19”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol.4, No.3, (Juli, 2020): 55. <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/download/1160/1085>

banyak warga yang tetap memilih berbelanja di toko kelontong karena faktor kedekatan dan kebiasaan.

Berdasarkan informasi diatas peneliti memberikan beberapa masukan dari dampak sosial yang hadir dari minimarket terhadap toko kelontong tradisional di Desa Blumbungan, Untuk mengatasi hal ini, toko kelontong perlu melakukan diversifikasi produk, menyesuaikan harga, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memanfaatkan keunggulan komparatif seperti kedekatan dengan pelanggan serta penjualan produk lokal. Dengan inovasi, adaptasi, dan dukungan yang kuat, toko kelontong masih memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis modern.

#### b. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi adalah efek suatu kejadian atau kebijakan terhadap kondisi ekonomi, seperti pendapatan, pekerjaan, atau pertumbuhan ekonomi. Jadi, dampak keberadaan minimarket terhadap eksistensi toko kelontong di Desa Blumbungan, menimbulkan dampak ekonomi. Dampak ekonomi pada toko kelontong tersebut yaitu Penurunan pendapatan dikarenakan banyak pelanggan beralih ke minimarket, harga jual yang kurang kompetitif dan beragamnya promo menarik yang ditawarkan oleh minimarket, terbatasnya modal membuat toko kelontong sulit membeli produk dalam jumlah besar sehingga harga jual menjadi lebih tinggi.

Disini peneliti ingin memberi masukan terhadap dampak ekonomi dari keberadaan minimarket terhadap eksistensi toko kelontong di Desa Blumbungan, untuk mengatasi hal ini Toko kelontong bisa menjalin kerja sama dengan supplier lokal untuk mendapatkan harga grosir lebih murah, Memantau

harga produk secara berkala dan mencari cara menekan biaya operasional, dan bergabung dengan koperasi atau komunitas pedagang untuk meningkatkan daya beli melalui pembelian kolektif.

## 2. Strategi- Strategi Toko Kelontong Untuk Bersaing Dengan Minimarket

Strategi fungsional merupakan strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung pada kegiatan fungsional manajemen. Jika di tingkat perusahaan telah menetapkan suatu strategi untuk membuat unit kegiatan baru di tingkat unit bisnis, misalnya unit pembelian, strategi fungsional yang disusun mengacu pada semua kegiatan Pembelian, seperti membuat strategi penetapan harga standar berdasarkan Persentase margin keuntungan tertentu untuk masing-masing jenis barang yang dibeli. Strategi pengendalian kualitas barang yang dibeli juga dapat dilakukan atau bahkan diserahkan kepada pemasok yang sudah diseleksi secara ketat.

Strategi fungsional adalah strategi yang lebih bersifat teknis yang merupakan rumusan arahan dan pedoman strategi tersebut terdiri dari strategi operasional syariah, strategi pemasaran syariah, strategi manajemen keuangan syariah dan strategi sumber daya insani (SDI). Strategi fungsional toko kelontong di Desa Blumbungan adalah rencana atau tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan dalam area fungsional tertentu di dalam sebuah organisasi, seperti pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, atau operasional. Tujuan dari strategi fungsional untuk toko kelontong di Desa Blumbungan adalah untuk meningkatkan efisiensi operasional, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan penjualan serta keuntungan.

### a. Strategi Produksi/Operasional Syariah

Strategi operasional syariah adalah pendekatan perencanaan dan pelaksanaan operasi bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Dalam operasional, perusahaan mengutamakan penggunaan sumber daya halal, menghindari pemborosan (israf), dan memastikan aktivitasnya memberikan manfaat.<sup>29</sup> Jadi, strategi operasional syariah dalam toko kelontog di Desa Blumbungan seperti meningkatkan stok barang, memastikan ketersediaan produk, dan memantau kelayakan barang, Hal ini berkaitan erat dengan fasilitas, pembelian, serta perencanaan dan pengendalian operasional. Dengan fasilitas yang memadai, proses pembelian yang tepat, dan pengendalian operasional yang efektif, toko kelontong dapat mengoptimalkan ketersediaan produk serta memastikan barang yang dijual tetap berkualitas, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten. Strategi ini juga mencerminkan nilai islam yaitu masalah dengan memberikan manfaat kepada konsumen secara baik dan bertanggung jawab, amanah dengan menjaga kepercayaan melalui penyediaan produk berkualitas, serta menghindari gharar (ketidakpastian) dalam transaksi, sehingga bisnis tetap kompetitif, beretika, dan penuh keberkahan.

Sebagai peneliti, saya melihat bahwa penerapan strategi operasional syariah dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing toko kelontong. Dengan fasilitas yang memadai, penyimpanan produk dan layanan kepada pelanggan menjadi lebih optimal. Proses pembelian yang efisien memastikan ketersediaan stok sesuai permintaan, serta mengurangi biaya inventori. Pengendalian operasional, seperti memantau kelayakan barang dan persediaan, membantu

---

<sup>29</sup> Mardhatillah Akniya Dan Asnayni, *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perbankan Syariah*, (Bengkulu: CV. Brimbia Global, 2023), 30.

menjaga kualitas produk. Selain itu peneliti juga memberikan masukan untuk membangun hubungan yang kuat dengan supplier, untuk memastikan pasokan yang stabil dan tepat waktu.

#### b. Strategi Pemasaran Syariah

Strategi pemasaran syariah adalah sebuah pendekatan bisnis yang mencakup proses penciptaan, penawaran, dan penyampaian nilai produk atau jasa kepada pelanggan dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip syariat Islam.<sup>30</sup> Jadi strategi pemasaran syariah pada toko kelontong di Desa Blumbungan mencakup pengaturan produk secara rapi dan tertata yang mencerminkan nilai estetika dan kebersihan dalam Islam, sehingga menciptakan tampilan toko yang menarik dan memudahkan pelanggan menemukan produk yang diinginkan. Penampilan toko yang baik juga menjadi bentuk penghormatan kepada konsumen, sejalan dengan prinsip Islam yang menekankan kebaikan dalam pelayanan. Selain itu, pemilik toko mengandalkan metode pemasaran iklan dari mulut ke mulut tanpa menggunakan media sosial, yang sesuai dengan prinsip tabligh atau menyampaikan kebaikan, serta diyakini cukup efektif dalam menjangkau pelanggan di komunitas sekitar secara alami dan membangun hubungan kepercayaan.

Sebagai peneliti, menurut saya strategi pemasaran syariah yang akan diterapkan pada toko kelontong di Desa Blumbungan telah menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep dasar pemasaran, yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Penataan produk yang rapi serta penciptaan

---

<sup>30</sup> Maisarah Leli, "Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam", *Jurnal At-Tasyru'iy* 2, No.1, (Oktober, 2019): 29. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=pzunfT4AAAAJ:qjMakFHDy7sC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=pzunfT4AAAAJ:qjMakFHDy7sC).

tampilan toko yang menarik merupakan langkah yang sangat strategis dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi pelanggan. Fokus pada pengalaman pelanggan ini tidak hanya akan meningkatkan penjualan, tetapi juga akan membangun reputasi positif bagi toko di mata masyarakat. Selain itu, pendekatan ini juga menunjukkan upaya untuk mencapai efisiensi dan efektivitas dalam operasional toko.

### c. Strategi Manajemen Keuangan Syariah

Strategi manajemen keuangan syariah dapat diartikan sebagai suatu proses yang mencakup perencanaan yang terarah dan sistematis dalam mengelola berbagai fungsi keuangan perusahaan dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam.<sup>31</sup> Jadi, strategi-strategi manajemen keuangan syariah pada toko kelontong di Desa Blumbungan mencakup penetapan harga yang kompetitif dan upaya penambahan modal. Penetapan harga yang kompetitif dilakukan dengan menentukan harga produk yang sesuai dengan harga pasaran, sehingga tetap menarik bagi konsumen dan memungkinkan toko bersaing secara sehat dengan minimarket. Upaya penambahan modal dilakukan untuk mengembangkan usaha, seperti menambah variasi produk atau memperbaiki fasilitas toko, guna meningkatkan kualitas pelayanan dan daya tarik pelanggan. Seluruh langkah ini dikelola berdasarkan prinsip syariah, yang menghindari unsur riba, memastikan pengelolaan keuangan yang amanah, dan memprioritaskan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan keberkahan usaha.

---

<sup>31</sup> Umarul Faruq, *Manajemen Keuangan Syariah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), 2.

Menurut saya sebagai peneliti, strategi manajemen keuangan syariah yang terarah pada toko kelontong di Desa Blumbungan, yang mencakup penetapan harga kompetitif dan penambahan modal, merupakan langkah yang tepat untuk mempertahankan eksistensi toko. Di samping itu, peneliti merekomendasikan evaluasi yang lebih mendalam terhadap pengeluaran dan pemasukan, sehingga toko kelontong dapat mengelola sumber daya keuangan dengan lebih efektif dan memastikan setiap keputusan yang diambil didukung oleh data keuangan yang akurat.

e. Strategi Sumber Daya Insani

Strategi sumber daya insani adalah pendekatan terintegrasi dalam pengelolaan sumber daya manusia yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi.<sup>32</sup> Jadi, Strategi sumber daya insani di toko kelontong di Desa Blumbungan menekankan pentingnya pelayanan yang ramah dan personal kepada setiap pelanggan. Pemilik toko memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pelanggan dengan selalu bersikap sopan, menyapa dengan hangat, dan membantu setiap transaksi dengan kesabaran. Pelayanan yang ramah ini bertujuan untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan dihargai, sehingga mereka memiliki pengalaman belanja yang menyenangkan dan merasa terhubung secara personal dengan toko. Prinsip tulus dalam melayani pelanggan mencerminkan nilai ihsan atau berbuat baik dengan sebaik-baiknya. Sikap ramah dan sopan juga merupakan manifestasi dari akhlakul karimah yang diajarkan Islam. Dengan menciptakan suasana yang

---

<sup>32</sup> Kholisatul Munawaroh, Dkk, "Strategi Rekrutmen Terhadap Sumber Daya Insani", *Jurnal Al-Idarah* 3, No.1, (Februari, 2022): 56. <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/idarrah/article/download/1778/1237>.

nyaman dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, toko kelontong tidak hanya memenuhi kebutuhan materi, namun juga ikut serta dalam membangun ukhuwah islamiyah atau persaudaraan sesama muslim.

Sebagai peneliti, menurut saya strategi sumber daya insani yang mengutamakan pelayanan ramah dan personal di toko kelontong di Desa Blumbungan dianggap sebagai salah satu upaya yang efektif dalam menjaga usaha keberlangsungan toko, terutama di tengah situasi persaingan yang semakin ketat dengan kehadiran minimarket. Meskipun toko kelontong memiliki berbagai keterbatasan, seperti kurangnya pemanfaatan teknologi canggih, keterbatasan kenyamanan fasilitas, serta variasi produk yang tidak sebanyak minimarket, toko kelontong tetap dapat mengandalkan kelebihan yang mereka miliki dalam hal interaksi personal yang hangat dan langsung dengan pelanggan.