

**DAMPAK KEBIJAKAN PERIZINAN EKSPANSI MINIMARKET  
TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA TOKO  
KELONTONG DI KECAMATAN TOMONI  
KABUPATEN LUWU TIMUR**



**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2022**

**DAMPAK KEBIJAKAN PERIZINAN EKSPANSI MINIMARKET  
TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA TOKO  
KELONTONG DI KECAMATAN TOMONI  
KABUPATEN LUWU TIMUR**



*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2022**

15/03/2022

1 exp  
Sub-Alumni

120147/1EP/2022  
MF  
d'

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **PERSEMBAHAN**

Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, seluruh saudara – saudara dan segenap keluarga yang senantiasa melimpahkan do'a serta dukungan dan motovasi sehingga penulis bisa sampai pada titik ini. Penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada dosen pembimbing saya yang senantiasa memberikan arahan dan koreksi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

### **MOTTO HIDUP**

Disaat Semua Terasa Cepat dan Melelahkan, Mari Berhenti dan Evaluasi Diri.

Maka Berbahagialah Manusia Yang Dapat Mengetahui Dirinya.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur

Nama Mahasiswa : Ahmad Muflih  
No. stambuk/NIM : 105711117716  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diperiksa, dan diujikan didepan penguji Skripsi Strata (1) pada tanggal 25 Agustus 2022 di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

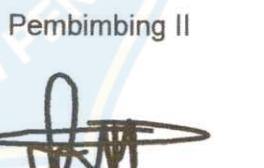
Makassar, 25 Agustus 2022

Menyetujui,

Pembimbing I

  
Dr. Hj. Arniati, SE., M.Si  
NIDN : 0907037104

Pembimbing II

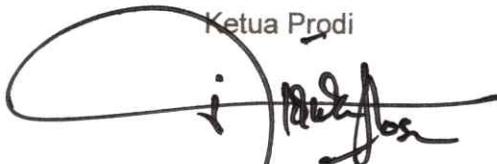
  
Warda, SE., M.E  
NIDN : 0927039003

Mengetahui,

Dekan

  
Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si  
NBM : 651 507

Ketua Prodi

  
Asdar, SE., M.Si  
NBM : 1286 845



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : AHMAD MUFLIH, NIM : 105711117716, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0006/SK-Y/60201/091004/2022. Tanggal 27 Muharram 1444H/25 Agustus 2022 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 27 Muharram 1444 H  
25 Agustus 2022

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof.Dr. H. Ambo Asse, M.Ag  
(Rektor UNISMUH Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiawana Suardi, SE., M.Acc  
(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Pengaji :
  1. Hj. Naidah, SE., M. Si
  2. Dr. Hj. Arniati, SE., M. Pd
  3. Asdar, SE., M. Si
  4. A. Nur Achsanuddin UA, SE., M.Si

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, SE., M. Si  
NBM. 651 507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertandangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Muflih  
Stambuk : 105711117716  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Judul Skripsi : Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur

Dengan ini Menyatakan Bahwa :

***Skripsi yang Saya Ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI Hasil Karya Sendiri, Bukan Hasil Jiplakan dan Tidak dibuat Oleh Siapapun.***

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar

Makassar, 25 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan,



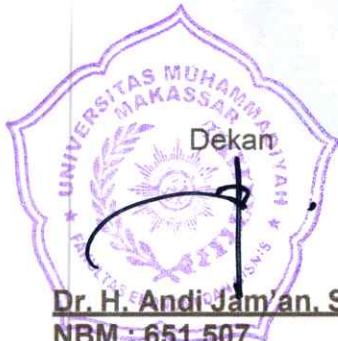
AHMAD MUFLIH

105711117716

Diketahui oleh :

Ketua Program Studi,

Asdar SE..M.Si  
NBM: 1286 845



Dr. H. Andi Jam'an, SE.,M.Si  
NBM: 651 507

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke kehadiran Allah yang maha mengetahui ikhtiar manusia atas segala petunjuk dan hidayah yang senantiasa dilimpahkan pada hamba – hambanya. Shalawat dan salam tidak lupa penulis kirinkan kepada Baginda Rasulullah SAW beserta para keluarga beliau, sahabat dan pengikutnya. Merupakan proses perjuangan yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Dampak Kebijakan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewah penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Naharuddin dan Ibu Rosmina yang senantiasa memberi semangat, perhatian, bantuan materi, serta do'a yang beliau terus limpahkan dalam menempuh pendidikan di tengah kerasnya kota. Saya sampaikan puja ucapan terima kasih kepada teman – teman seperjuangan yang senantiasa meneman, memotivasi, dan memberikan kebahagiaan hingga akhir studi ini. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan pahala yang menjadi cahaya penerang kehidupan dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu penghargaan yang setinggi – tingginya dan ucapan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Prof, Dr, H. Ambo Asse, M. Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M. Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Asdar, SE, M. Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Hj. Arniati, SE., M. Pd, selaku pembimbing I yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Warda, SE., M. E, selaku pembimbing II yang juga telah berkenan meluangkan waktunya dalam proses penyusuna skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah menuangkan ilmunya selama masa penulis menimba ilmu di perguruan tinggi.
7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar atas segala pelayanannya.
8. Rekan – rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Angkatan 2016 yang tidak sedikit dorongan dan semangatnya dalam menjalani aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih kepada kawan – kawan Komunitas Literasi Kehidupan Choros yang telah sedikit banyaknya membantu dalam Menyusun penulisan skripsi ini.
10. Dan terima kasih pula kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu penulisan ini yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu.

Pada akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para

pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah – mudahan penulisan ilmiah yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii sabili hak, Fastabiqul khairat,*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Makassar, 28 Februari 2022

*Penulis*

## ABSTRAK

Ahmad Muflih, 2022, Dampak Kebijakan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur, Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, melalui wawancara dan observasi. Ada 4 responden toko kelontong di Kecamatan Tomoni yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini bertujuan, (1) mengetahui persepsi pemilik toko kelontong teradap keberadaan pasar modern, (2) mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha toko kelontong, (3) mengetahui implementasi Peraturan Pemerintah tentang pasar modern, (4) mengetahui upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha toko kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya. Analisis kualitatif menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan : 1. Persepsi negatif pemilik toko kelontong terhadap keberadaan minimarket. 2. Keberadaan minimarket modern terhadap toko kelontong berdampak negatif pada omset, pendapatan, jumlah pelanggan. 3. Implementasi peraturan pemerintah tentang pasar modern belum berjalan sebagaimana mestinya. 4. Upaya yang dilakukan pemilik toko kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya sangat minim.

Kata Kunci : Ekspansi Minimarket, Kebijakan Perizinan, Toko Kelontong

## **ABSTRACT**

**Ahmad Muflih, 2022, The Impact of The Minimarket Ekspansion Policy on The Continuity of The Grocery Store Business in The Tomoni Sub-district, East Luwu District.** Thesis of Economic Development Studies, Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah Makassar.

Researcher used primary and secondary data through interviews and observations. There are 4 respondents who own grocery stores in Tomoni District who are the object of research. In this study, this type of research uses qualitative research with the case study method. This study aims, (1) Knowing the perception of grocery store business owners on the existence of modern markets, (2) Knowing the impact of the existence of minimarkets on the grocery store business, (3) Knowing the implementation of government regulation on modern markets, (4) Knowing the efforts made by grocery store business owners to maintain existence of the business. Qualitative analysis using data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The result of the study show : 1. The negative perception of grocery store owners towards the existence of minimarkets. 2. The existence of minimarkets on grocery stores has a negative impact on turnover, income, and the numbers of customers. 3. The implementation of government regulations on modern market has not been running properly. 4. The efforts made by grocery store owners to maintain their business continuity are minimal.

**Keywords :** Minimarket expansion, Licensing policy, Grocery Store.

## DAFTAR ISI

### SAMPUL

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latara Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Tinjauan Teori .....	8
1. Konsep Pasar .....	8
2. Kebijakan Pemerintah.....	15
3. Ekspansi .....	18

4. Minimarket .....	20
5. Toko Kelontong.....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Fikir.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Fokus Penelitian.....	31
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Teknik Pengabsahan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	38
B. Hasil Penelitian .....	47
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
2. 1 Gerai Minimarket di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur.....	14
2. 2 Penelitian Terdahulu.....	26
3. 1 Kisi – Kisi Wawancara Menegenai Dampak Minimarket.....	33
3. 2 Kisi – Kisi Wawancara Upaya Pelaku Warung Kelontong Untuk Mempertahankan eksistensi usahanya .....	34
4. 1 Luas wilayah dan presentasi menurut desa dan kecamatan .....	38
4. 2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Tomoni Tahun 2020 .....	40
4. 3 Lama Usaha Pemilik Toko Kelontong .....	42
4. 4 Kota asal Pemilik Toko Kelontong.....	43
4. 5 Pendidikan terakhir pemilik usaha kelontong.....	44
4. 6 Usaha para Informan .....	45
4.7 Perubahan jumlah Pendapatan pemilik Toko kelontong.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
2. 1 Kerangka Fikir.....	29



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Sebagai tempat berbelanja, toko kecil merupakan salah satu tempat usaha kebutuhan barang pokok yang diminati banyak orang, karena jaraknya yang tidak terlalu jauh dari rumah dan sangat menguntungkan bagi para pemilik toko. Hasil yang mencukupi untuk kebutuhan hidup para pemilik membuat kualitas usaha toko kecil banyak diminati orang sebagai salah satu usaha rumahan. Usaha ini tergolong usaha yang tidak begitu susah karena modal yang diperlukan tidak begitu banyak dan bisa dilakukan di rumah sendiri, oleh karena itu, semakin banyak orang yang mendirikan usaha serupa dapat menciptakan lapangan pekerjaan buat dirinya sendiri maupun keluarganya. Kebutuhan sehari-harinya pun bisa tercukupi karena penghasilannya dibilang cukup lumayan.

Namun saat ini, usaha toko kecil mulai tersingkirkan oleh toko – toko modern yang lebih besar. Keberadaan toko – toko modern membuat toko kecil banyak kehilangan pelanggannya. Keterbatasan yang dimiliki toko kecil, tidak memungkinkan untuk bisa bersaing secara baik dengan toko yang lebih besar. Dengan fasilitas dan kualitas yang diberikan toko – toko modern membuat konsumen lebih memilih untuk belanja di tempat tersebut dibanding tempat atau warung tradisional.

Saat ini begitu banyak bermunculan ritel – ritel modern seperti indomaret dan alfamart yang ada di kecamatan Tomoni. Tidak hanya satu

atau dua tetapi ada beberapa alfamart dan indomaret yang saling berdekatan dengan jarak tidak begitu jauh. Pelayanan, kelengkapan, barang, dan kenyamanan yang diberikan membuat konsumen lebih berminat berbelanja di tempat tersebut.

Menjamurnya minimarket modern terjadi karena berbagai hal di antaranya adalah karena jumlah penduduk yang semakin meningkat di kecamatan Tomoni sendiri. Seiring dengan pertumbuhan penduduk tersebut maka kebutuhan sehari – hari pun turut meningkat. Hingga sekarang ini pembangunan ritel modern oleh perusahaan seperti alfamart dan indomaret terus dilakukan mengingat kebutuhan sehari – hari masyarakat terus meningkat. Dari berkembangnya pembangunan ritel modern tersebut akan berdampak pada kelangsungan usaha warung kelontong milik masyarakat.

Di kecamatan Tomoni terdapat tiga brand ritel modern (Alfamart, Indomaret, dan Alfamidi) yang sudah berdiri. Pasar modern tersebut juga memiliki jarak yang sangat dekat dengan warung kelontong yang ada di sekitarnya. Keberadaan pasar modern akan berdampak pada lingkungan sekitarnya. Secara ekonomi, keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar, dan juga perilaku usaha ritel lain di sekitar wilayah berdirinya pasar modern tersebut.

Keberadaan pasar modern akan berpengaruh terhadap pola berbelanja masyarakat. Masyarakat cenderung memilih berbelanja di pasar modern dengan berbagai alasan. Misalnya, di satu sisi pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas kenyamanan yang serba ada seperti, *Air Conditioner (AC)*, dan ada juga yang

dilengkapi dengan mesin anjungan tunai mandiri (ATM). Kemudahan, kenyamanan tersedianya berbagai fasilitas dan perbedaan harga menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih berbelanja di pasar modern.

Penurunan pendapatan pada hampir semua pedagang yang disebabkan karena pedagang kelontong tidak mampu bersaing dengan mini market dalam hal harga dan variasi atau keberagaman dagangan serta jarak yang cukup berdekatan. Hal ini membuat jumlah konsumen yang berbelanja di toko kelontong mengalami penurunan. Dampak lain dari keberadaan mini market terhadap pedagang kelontong adalah berkurangnya keuntungan yang berakibat dari makin sedikitnya jumlah modal yang dapat terkumpulkan.

Jarak pasar modern yang sangat dekat dengan toko kelontong, serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh pada omzet penjualan warung kelontong terutama untuk pengusaha ritel yang menjual produk atau barang dagangan yang sama dengan yang ada di pasar modern. Pelaku usaha ritel harus memiliki strategi dalam upaya mempertahankan eksistensi usahanya.

Pedagang di toko kelontong harus bersikeras memikirkan pengadaan barang dan menjualnya kembali kepada konsumen yang bisa dikatakan biasa. Sedangkan gerai mini market tanpa harus memikirkan pasokan barang yang akan dijual karena setiap bulan barang – barang yang akan dijual tetap datang sehingga perputaran perdagangan barang tidak terputus dan persediaan barang terus ada. Gerai mini market juga melakukan inovasi terhadap fitur – fitur perbelanjaan yakni dengan menjual pulsa elektronik gas, dan galon mineral. Sehingga

membuat antusias masyarakat sangat tinggi dalam melakukan kegiatan berbelanja di gerai mini market karena alasan kenyamanan, kemudahan serta fitur dan promo yang ditawarkan.

Ada beberapa penelitian yang berkaitan atau sejenis dengan keberadaan minimarket yang menurut peneliti relevan untuk dijadikan bahan referensi, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ani Nur Fadhilah (2011) dengan judul penelitian "*dampak Minimarket terhadap pasar tradisional (studi kasus di Ngaliyan)*" dalam penelitiannya Ani Nur Fadhilah menyimpulkan bahwa keberadaan pasar modern di sekitar pasar Ngaliyan memberikan dampak Negatif terutama para pedagang yang memiliki kesamaan barang dagangan dengan ritel modern seperti kebutuhan pokok sehari – hari. Ini juga dikarenakan rung bersaing pasar tradisional Ngaliyan tidak mampu bersaing dengan harga ritel modern di sekitarnya.

Jagadhita Obsidian (2019) yang berjudul "*pengaruh berkembangnya minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko tradisional*" dalam penelitian ini peneliti membuat kesimpulan bahwa hadinya minimarket modern berdampak buruk terhadap jumlah konsumen dan pendapatan omset. Semuanya turun secara signifikan setiap tahunnya sedangkan minimarket modern mengalami peningkatan setiap tahunnya. Ada beberapa faktor yang menyebabkan penurunan omset penjualan toko tradisional salah satunya adalah dengan berdirinya minimarket modern di daerah sekitar dengan jarak yang berdekatan satu sama lain, yang mengakibatkan masyarakat lebih memilih berbelanja di minimarket modern.

Hingga kini perkembangan ritel waralaba dengan pangsa pasar kini mencapai hampir 70% (khusus Indomaret dan Alfamart) tentu mempunyai dampak bagi usaha ritel serupa yang memiliki skala lebih kecil seperti pada toko – toko yang ada dipemukiman. Pemerintah sendiri telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan permendagri No. 53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, pada implementasinya peraturan tersebut tidak dijalankan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, contohnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil.

Dari pernyataan di atas, penelitian mengenai pengaruh munculnya mini market modern terhadap usaha warung kelontong telah beberapa kali dilakukan oleh peneliti lainnya di wilayah lain maupun kota lain di Indonesia. Maka dari itu berdasarkan permasalahan atau latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "**Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur**"

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mencoba merumuskan permasalahan untuk memfokuskan masalah yang diteliti dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana dampak keberadaan Minimarket terhadap kelangsungan usaha Toko kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur?

2. Bagaimana upaya yang dilakukan pelaku usaha warung kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan mini market terhadap kelangsungan usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur?
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan pelaku usaha warung kelontong untuk menjaga eksistensi usahanya.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

#### 1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan baru dalam bidang ekonomi. Terutama bagi peneliti lainnya, pembuatan kenijakan ekonomi, dan pelaku UMKM kecil.

#### 2. Manfaat praktis

##### a. Bagi masyarakat

Semoga menjadi bahan motivasi dan informasi dalam membuka usaha.

##### b. Pemerintah daerah

Agar pemrintah daerah khususnya dapat mengambil kebijakan dengan tepat dalam menangani masalah pasar modern di wilayahnya agar juga dapat memihak kepada UMKM kecil

c. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi baru bagi mahasiswa – mahasiswi yang meneliti tentang dampak keberadaan minimarket.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teoritis

##### 1. Konsep Pasar

###### a) Pengertian pasar

Dalam ilmu ekonomi, pasar memiliki arti yang lebih luas dari pada hanya tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang dan jasa. Pengertian pasar tidak hanya dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari – hari.

Menurut Walio Hadi & Dini Hastuti dalam kamus ekonomi dan bisnis pasar merupakan tempat terjadi ya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang – barangnya dengan uang dan pembeli yang ingin menukarkan uangnya dengan barang atau jasa.

Sementara itu Budiono mengungkapkan bahwa pasar adalah pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu di mana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur – sayuran, jasa angkutan, uang, maupun tenaga kerja.

Pasar adalah tempat bertemuanya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual terbentuk, yang mana menurut kelas mutu dan pelayanan dapat digolongkan menjadi

pasar tradisional dan pasar modern, dan menurut sifat pendistribusinya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar grosir.

Melihat dari pengertian pasar diatas, penulis mengambil Kesimpulan bahwa pasar merupakan pertemuan antara permintaan dan penawaran barang dan jasa, tidak harus mempunyai tempat seperti dalam pengertian sehari-hari. Pasar dapat memiliki bentuk yang konkrit terpusat atau abstrak tidak terpusat. Standarisasi yang paling penting agar sesuatu dapat disebut sebagai pasar adalah dengan adanya pembeli dan penjual serta barang atau jasa yang diperjualbelikan.

Pasar juga sebagai wadah atau sarana untuk mempertemukan penjual dengan pembeli. Dalam hal ini, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu muka, dapat melalui surat atau telepon, melalui media online, melalui iklan atau dengan bantuan perantara, selama kedua belah pihak dapat saling mengerti keinginan masing-masing dalam melakukan transaksi.

b) Jenis – Jenis Pasar

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, Swasta, Koperasi, atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda, yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Kriteria ritel tradisional adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.

Bangunan berupa toko, kios, los dan tenda, yang tidak identik dengan kata mewah, nyaman, teratur, bersih, sejuk, dan wangi, serta adanya tawar menawar dalam transaksi. meggambarkan bahwa pasar tradisional lebih terarah kepada masyarakat menengah dan kebawah.

Pasar tradisional biasanya yang terdiri atas kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayuran dan lain – lain.

Merujuk pernyataan diatas, dapat disimpulkan pasar tradisional sebagai tempat bertemuanya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Biasanya kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari Seperti berupa makanan, sayuran, buah-buahan, pakaian, jasa, dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia. Biasanya pasar seperti ini terdapat di kawasan perumahan.

Pasar tradisional merupakan sektor prekonomian yang penting bagi mayoritas penduduk Indonesia. Masyarakat menengah kebawah

yang sangat bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidaklah sedikit. Menjadi pedagang tradisional merupakan alternatif usaha ditengah banyaknya pengangguran di Indonesia. Pasar tradisional pada umumnya terhubung pada warung – warung kecil di dusun – dusun sebagai tempat. Pasar tradisional di pedesaan juga terhubung dengan pasar tradisional di perkotaan yang biasa menjadi sentral kulakan bagi pedagang pasar – pasar pedesaan di sekitarnya. Pasar tradisional merupakan penggerak ekonomi masyarakat.

Pasar tradisional juga dapat dikatakan sebagai sumber, sumber dimana berbagai komoditas yang mayoritas adalah barang sehari-hari dapat diperoleh dalam skala besar untuk selanjutnya didistribusikan lewat toko-toko kecil sebelum pada akhirnya sampai ke tangan masyarakat selaku konsumen.

## 2. Pasar Modern

Pasar modern adalah tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari, di mana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan yaitu konsumen mengambil sendiri barang yang ada di rak dagangan dan membayarnya ke kasir.

Disini konsumen mengambil sendiri barang-barang belanjaan yang ingin dibeli, dengan fasilitas penataan barang yang teratur dan terkelompok berdasarkan jenisnya (sayuran, daging dan ikan, makanan kemasan, minuman, dll), barang-barang terpilih dengan kualitas yang baik, harga jelas yang tertera di barcode setiap barang, serta datang sendiri ke bagian kasir untuk melakukan pembayaran,

tidak akan membuat konsumen keberatan untuk melayani dirinya sendiri dalam proses belanja karena sudah didukung dengan manajemen yang membuat semuanya menjadi mudah dan menyenangkan.

Dalam Keputusan Perindustrian dan Perdagangan Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang bentuknya berupa mall, supermarket, departement store, dan shopping center di mana pengelolaannya dilaksanakan secara modern mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada disatu tangan, bermodal kuat, dilengkapi label harga yang pasti.

Sesuai dengan namanya, pasar modern benar-benar terkemas secara modern. Berbanding terbalik dengan pasar tradisional, pasar modern dilaksanakan dengan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja, bernuansa modern, dan juga dengan sistem harga tetap atau tidak ada proses tawar-menawar.

Dalam Permendag No.53 tahun 2008, "toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan".

Herman Malano mengungkapkan "pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat diperkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya

anggota masyarakat kelas menengah keatas. Pasar modern antara lain mall, supermarket, departement store, shopping center, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya" (Sinaga,2008).

Jadi dapat dikatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang tersusun secara modern baik dari sisi dalam maupun sisi luar, hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengelolaan yang dilakukan dengan menggunakan manajemen modern. Hal tersebutlah yang mendukung pasar-pasar modern memiliki kualitas pelayanan dan mutu lebih baik jika dibandingkan dengan pasar tradisional yang belum mengedapankan fasilitas dan manajemen yang modern.

Di pasar modern barang yang dijual memiliki beragam variasi jenis, selain barang lokal, barang yang diimpor pun tersedia. Barang yang di jual memiliki kualitas yang relatif terjamin karena melalui penyeleksian yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan di tolak. Dari segi kuantitas, pasar modern memiliki persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti. Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara yang sejuk, suasana nyaman dan bersih, *display* barang perkategori mudah dicapai dan relatif lengkap, adanya keranjang belanja serta ditunjang adanya kasir dan pramuniaga yang bekerja secara profesional. Sedangkan dari segi rantai distribusi pada pasar modern adalah produsen, distributor, pengecer/konsumen.

Adapun yang membedakan pasar modern dengan pasar tradisional adalah (1) tidak bisa tawar menawar harga. (2) harga sudah tertera dan umumnya diberi barcode. (3) barang yang dijual beraneka ragam dan biasanya berkualitas baik. (4) berada dalam bangunan atau ruangan dan pelayanannya dilakukan sendiri. (5) layanan yang baik dan biasanya memuaskan. (6) tempatnya bersih dan nyaman. (7) tata tempat yang rapih agar konsumen atau pembeli dapat menemukan barang yang akan dibelinya. (8) pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tentunya tidak ada tawar menawar lagi.

Suasana modern sangat identik dengan pasar modern jika dilihat dari ciri-cirinya di atas, berbanding terbalik jika kita bandingkan dengan pasar tradisional. Dengan didukung bangunan yang bagus, *Air Conditioner*, pelayanan dan kualitas barang yang baik serta ciri lainnya secara tidak langsung sudah memberikan gambaran jelas bahwa itu adalah pasar modern.

Setelah diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada era 1970-an, saat ini terdapat tiga jenis pasar modern yaitu minimarket, supermarket, hypermarket.

**Tabel 2. 1**

**Gerai Mini Market di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu timur**

Nama Mini Market	Jumlah Unit
Alfamart	3
Indomaret	4

Alfamidi	2
Jumlah	9



## 2. Kebijakan Pemerintah

### a) Pengertian kebijakan

Kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan dan cara bertindak. Istilah ini dapat diterapkan dalam pemerintahan, organisasi, dan kelompok sektor swasta serta individu. Menurut Carl Friedrich, kebijakan adalah suatu tindakan yang mengarah pada tujuan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan – hambatan tertentu seraya mencari peluang – peluang untuk mencapai tujuan atau mewujudkan sasaran yang diinginkan.

Kebijakan pemerintah pada hakikatnya merupakan kebijakan yang ditujukan untuk publik dalam pengertian yang seluas – luasnya (negara, masyarakat dalam berbagai status serta kepentingan umum), baik itu dilakukan secara langsung maupun tidak langsung yang tercermin pada berbagai dimensi kehidupan publik. Kebijakan dalam pengertian pilihan untuk melakukan atau tidak melakukan mengandung makna adanya kehendak untuk melakukan atau tidak melakukan. Kehendak dinyatakan berdasarkan otoritas yang dimiliki untuk melakukan pengaturan dan jika perlu dilakukan pemaksaan. Pernyataan kehendak dengan otoritas dikaitkan dengan konsep pemerintah yang memberikan pengertian atas kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah yang disebut sebagai kebijakan pemerintah.

b) Kebijakan pemerintah terkait pasar modern

Minimarket, dalam peraturan Perundang – Undangan termasuk dalam pengertian toko modern. Peraturan mengenai toko modern telah diatur dalam Perpres No. 112 tahun 2007 tentang “*penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*”. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah tertuang dalam (pasal 4 ayat (1) perpres 112/2007.

Mengenai jarak antara minimarket dan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan kebijakan perizinan pendirian toko modern dalam hali ini minimarket. Suatu toko modern (minimarket) harus memiliki izin pendirian yang disebut dengan izin usaha toko modern (IUTM) yang diterbitkan oleh bupati atau walikota. Dalam Pasal 3 Perpres 112/2007, disebutkan bahwa luas bangunan untuk minimarket adalah kurang dari 400m<sup>2</sup>. Lokasi pendirian toko modern wajib mengacu pada rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota dan rencana detail tata ruang kabupaten/kota. Pengaturan lokasi minimarket dalam Pasal 5 ayat (4) Perpres 112/2007 disebutkan bahwa minimarket boleh berlokasi pasa setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada Kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam Kota/Perkotaan. Artinya, minimarket bisa membuka gerai hingga wilayah pemukiman warga.

Pada Pasal 3 ayat (9) Permendag 53/2008 menyebutkan kewajiban bagi minimarket terkait pendirian minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan :

1. Kepadatan penduduk
2. Perkembangan pemukiman baru
3. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas)
4. Dukungan ketersediaan infrastruktur, dan
5. Keberadaan pasar tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil dari pada minimarket.

Namun, Permendag 53/2008 tidak mengatur konsekuensi ataupun sanksi apabila kewajiban di atas dilanggar sementara pelaksanaan pelaksanaan pengawasan toko modern diserahkan kepada Bupati/Walikota atau Gubernur untuk wilayah tertentu.

Tentang jarak dan luas lantai minimarket juga diatur dalam peraturan perundang – undangan tingkat daerah. Untuk wilayah Luwu Timur diatur dalam Perbup No 19 tahun 2014 tentang "*penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern di Kabupaten Luwu Timur*". Berdasarkan Pasal 6 Perbup 19/2014, minimarket yang luas lantainya  $400\text{m}^2$  harus berjarak radius 500 meter dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan lingkungan, kolektor, arteri. Menengenai sanksi terhadap pelanggaran ketentuan jarak dan aturan – aturan lainnya dalam Perbup Luwu Timur 19/2014 akan dikenakan sanksi administrasi sebagai berikut :

1. Peringatan tertulis
2. Pembekuan izin usaha
3. Pencabutan izin usaha

Merujuk dari pemaparan aturan kebijakan pemerintah terkait minimarket dan toko modern peneliti mengambil kesimpulan bahwa setiap toko modern yang beroperasi wajib memperhatikan kondisi sosial ekonomi di sekitarnya dan menciptakan kondisi persaingan pasar yang sehat antara toko modern dan tradisional. Hal ini bertujuan untuk menjaga kelangsungan usaha pasar tradisional terutama pedagang kecil dan pemilik UMKM.

### 3. Ekspansi

#### a) Pengertian Ekspansi

Secara umum ekspansi adalah suatu Tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk menjadi lebih besar. Dalam ekonomi ekspansi adalah aktifitas memperluas usaha yang ditandai dengan menciptakan pasar baru, perluasan fasilitas, peningkatan keuntungan dan pertumbuhan dunia usaha. Tujuan ekspansi adalah menjadi lebih besar atau lebih luas.

Ekspansi akan memungkinkan perusahaan untuk menilai kondisi ekonomi di masa depan dan menentukan apakah menguntungkan untuk terus mengembangkan produk atau tidak. Secara teori Alex S. Nitisemito menjelaskan, seorang pengusaha melakukan ekspansi karena ingin meningkatkan permintaan atas barang atau jasa, baik dalam dalam skala produksi ataupun cakupan pasar, karena adanya peningkatan peningkatan peningkatan atas suatu produk yang

perusahaan itu hasilkan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan arti ekspansi adalah suatu kegiatan untuk memperluas atau memperbesar bisnis yang biasanya ditandai dengan menciptakan pasar baru, memperluas fasilitas, merekrut karyawan, dll.

b) Ekspansi Pasar

Dalam kamus bisnis, ekspansi pasar adalah kegiatan sebuah perusahaan untuk merambah ke pasar baru. Kegiatan ini dilakukan ketika pengusaha barang dan jasa tersebut, sudah cukup terkenal dan meraup untung banyak di lokasi saat ini. Sehingga meresa perlu untuk menjangkau konsumen yang lebih luas yang bertujuan untuk menambah omzet laba atau keuntungan perusahaan.

Dalam hal ini, pasar yang baru harus berada di titik yang berbeda dari pasar yang sedang dimiliki saat ini. Dalam skala dalam negeri perusahaan melakukan ekspansi ke daerah – daerah yang bertujuan menjangkau konsumen yang lebih luas di dalam negeri. Adapun skala internasional perusahaan biasanya mengekspor barang produksi dan membangun fasilitas ke luar negeri.

Indomaret dan Alfamart perusahaan waralaba terbesar yang bersaing membuka gerai dan banyak melakukan ekspansi ke daerah luar pulau jawa. Ekspansi kedua Minimarket ini memang sangat menggurita di Indonesia. Indomaret sebenarnya hadir lebih dulu ketimbang Alfamart. Toko pertama indomaret berdiri pada tahun 1988 di Ancol, Jakarta pusat atau selang setahun sebelum Alfamart berdiri. Sedangkan toko pertama Alfamart berdiri di jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang pada Oktober 1989. Sejak itu gerai – gerai

Alfamart dan Indomaret menggurita hingga pelosok daerah kota – kota di Indonesia.

Pada tahun 2013, jumlah toko Indomaret mencapai 8.834 gerai. Sementara Alfamart lebih banyak, jumlahnya mencapai 9.302 gerai. Namun pada tahun 2013 kondisinya menjadi berbeda. Jumlah gerai Indomaret kini lebih banyak. Pada tahun 2017, jumlah toko indomaret tercatat 15.335 gerai atau tumbuh 74% dari tahun 2013. Pada saat bersamaan, jumlah toko Alfamart mencapai 13.400 gerai atau naik 44% pada periode yang sama. Dalam rentang periode tersebut, gerai Indomaret lebih Ekspansif ketimbang Alfamart.

#### 4. Minimarket

##### a) Pengertian Minimarket

Kehidupan modern masyarakat saat ini kebutuhan primer atau pangan semakin dibutuhkan walaupun apa yang ingin dicari tersebut hanyalah berupa makanan ringan. Pada era sebelumnya untuk mendapatkan kebutuhan makanan ringan tersebut atau bahkan keperluan sehari-hari masyarakat perlu bepergian ke pasar tradisional atau bahkan ke supermarket yang persebarannya tidak banyak di kota.

Dalam definisi minimarket menurut Hendri ma'ruf adalah Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan permukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung. Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana dan keseluruhan

minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket.

Peran *Minimarket* sebagai kebutuhan masyarakat sehari-hari menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan tetapi tidak perlu pergi jauh seperti ke supermarket. Pada era modern kini sudah mulai banyak tumbuh minimarket-minimarket yang sudah menyediakan fasilitas yang memadai guna memanjakan konsumennya.

Sementara itu, menurut Kotler dan Keller "Minimarket dapat dikatakan merupakan bagian dari pengecer. Definisi dari pengecer tersebut adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi bukan untuk bisnis". Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari, suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket.

Pengertian minimarket bisa juga toko swalayan yang hanya memiliki satu atau dua mesin register sementara supermarket adalah swalayan besar yang juga menjual barang-barang segar seperti sayur dan daging dengan jumlah mesin register. Dalam skala kecil, dengan pasar sasaran masyarakat kelas menengah-kecil di pemukiman, lalu dinamai "Minimarket". Misinya memberikan pelayanan belanja pada masyarakat dengan kantong biaya relatif murah tapi dengan kenyamanan yang sama dengan supermarket. Minimarket biasanya luas ruangannya antar 50 m<sup>2</sup> sampai 200 m<sup>2</sup> serta berada pada

lokasi yang mudah dijangkau konsumen. Minimarket mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern. dengan minimarket, berbelanja dalam jumlah sedikit di tempat yang dekat dan nyaman. perilaku konsumen yang menyukai tempat belanja bersih, sejuk, dan tertata rapi membuat minimarket menjadi unggul dari warung kelontong dan toko lainnya.

Hemat penulis Minimarket adalah toko yang pengelolaannya modern dan mengedepankan fasilitas serta kenyamanan berbelanja. Dengan menjual barang dagangan yang lebih banyak dan menargetkan konsumen menengah yang berada di pemukiman masyarakat.

b) Kelemahan dan Kelebihan Minimarket

Kelemahan Minimarket :

1. Menemukan gaya warung dengan bentuk yang menarik.
2. Memiliki kenyamanan dan kebersihan dalam ruangan
3. Pelayanan yang baik terhadap pembeli
4. Kwalitas barang lebih terjamin
5. Selalu memunculkan promo produk baru dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja, sehingga menghemat waktu dan tenaga.

Kelebihan Minimarket :

1. Harga pas dan tidak bisa tawar menawar
2. SPG kadang tidak ramah dan tidak sopan
3. SPG berbuat curang

c) Karakteristik Minimarket

Minimarket mempunyai beberapa komponen dalam penjualan yaitu kasir, pegawai, produk/barang, struck, dan brosur. Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Minimarket pun menggunakan bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P, merupakan kepanjangan dari *Product, Price, Promotion, dan Place* sebagai berikut :

1. *Product* (Produk) merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. *Price* (Harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan produk yang ditawarkan dengan menghitung harga eceran yang disarankan oleh suatu produsen.
3. *Place* (Tempat) merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa atau produk bagi para pelanggan potensial.
4. *Promotion* (Promosi) berarti kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membeli produk tersebut.

## 5. Toko Kelontong

### a) Pengertian Toko Kelontong

Kata Toko kelontong terdiri dari dua suku yaitu toko dan kelontong. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia "toko adalah tempat berjualan makanan dan minuman. sedangkan kelontong

adalah barang – barang untuk keperluan sehari – hari". Menurut Kotler, "Toko kelontong yaitu toko kecil di daerah perumahan, sering buka 24 jam dalam 7 hari, lini terbatas produk kelontong dengan perputaran tinggi".

Toko kelontong yaitu Toko yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Toko ini ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Toko kelontong merupakan yang pertama kali melayani kebutuhan masyarakat sebelum minimarket.

Berdasarkan Undang Undang nomor 20 tahun 2008 "usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki.Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan. Atau secara kriteria menurut undang-undang tersebut usaha kecil dan menengah mempunyai minimal kekayaan bersih Rp 50.000.000,-. Usaha kecil dan menengah yang banyak dijalani oleh masyarakat adalah diantaranya usaha ritel. Usaha ritel disini salah satunya adalah Toko Kelontong atau usaha penjualan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Dalam penelitian Raharjo toko kelontong atau yang biasa disebut dengan warung penyedia barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang yang bersifat melayani pelanggan atau konsumen datang untuk membeli barang tidak dengan mandiri yaitu dengan dilayani langsung oleh pelayan toko kelontong tersebut, dan pada umumnya pada toko kelontong yang skala kecil pelayan toko kelontong merangkap sebagai kasir juga.

Toko Kelontong merupakan warung atau toko yang menjual kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari secara eceran. Konsumen yang berbelanja di kelontong, pada umumnya berbelanja dalam partai kecil. Akan tetapi, ada beberapa yang membeli barang dagangan untuk dijual kembali dalam toko yang lebih kecil (toko kelontong). Usaha ritel kelontong merupakan bentuk usaha yang menjual barang dagangannya secara eceran dan masih dikelola dengan sistem tradisional atau konvensional. Pengelolaan usaha ritel kelontong belum jelas, baik dari segi pengelolaan keuangan, persediaan barang dagangan, maupun strategi penjualannya.

Pelaku usaha ritel ini seringkali tidak mempertimbangkan lokasi usahanya yang strategis, mereka lebih memanfaatkan tempat yang sudah dimilikinya. Pada umumnya mereka mendirikan usaha di toko yang mereka bangun di dekat tempat tinggalnya, misalnya di depan rumah. Toko kelontong merupakan salah satu bentuk industri kecil/usaha keluarga karena jumlah pekerjanya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri. Dengan

modal yang relatif kecil, dari segi harga, warung hanya mempunyai sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga.

b) Keunggulan dan kelemahan Toko Kelontong

Terdapat keunggulan dan kelemahan warung kelontong yang menjadi dengan ritel modern.

Keunggulan toko kelontong :

1. Bersahabat dengan pembeli
2. Harga barang bisa ditawar
3. Bisa beli eceran
4. Dapat memenuhi pesanan dari pelanggan
5. Kemungkinan bisa diutang atau dibayar belakangan.

Kelemahan toko kelontong :

1. Bentuk warung tidak modern sehingga kurang menarik
2. Tata letak barang tidak diatur dengan baik
3. Tidak selalu memperhatikan kebersihan dan kenyamanan

**B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai pengaruh munculnya *minimarket* terhadap usaha kelontong telah beberapa kali dilakukan oleh peneliti lainnya di wilayah lain maupun kota lain di Indonesia. Penelitian terdahulu dapat dijadikan referensi atau dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, berikut merupakan penelitian yang relevan :

**Tabel 2. 2**  
**Penenlitian Terdahulu**

NO	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Pardiana Wijayanti (2011)	Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi kasus di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)	Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan pendekatan Ordinary Least Square (OLS)	Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa perubahan omset penjualan dan jarak berpengaruh signifikan terhadap perubahan keuntungan usaha. Sedangkan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan keuntungan usaha warung kelontong
2	Reza Haaditya Raharjo (2015)	Analisis pengaruh keberadaan Minimarket Modern terhadap kelangsungan usaha toko Kelontong di sekitarnya (studi kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)	Penelitian ini menggunakan alat analisis uji validitas dan reabilitas untuk mengukur keakuratan kuisioner yang disebar, dan uji beda berhubungan (paired t-test) guna mengetahui apakah terdapat perbedaan akibat dampak adanya.	Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa kuisioner yang disebar kepada 15 responden valid dan reliabel. Pada hasil uji beda berpasangan dari 90 responden berdasarkan tiga kecamatan yang diteliti terlihat bahwa tingkat signifikansi yang menunjukkan $<0,05$ , artinya bterdapat dampak yang cukup signifikan, yaitu ada perubahan tingkat omset, keuntungan, jumlah pembeli, dan jam buka

				toko akibat dari munculnya Minimarket.
3	Fatmawati (2014)	Analisis dampak keberadaan pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional di Kabupaten Maros	Analisi data yang digunakan adalah Chi Square untuk menguji perbedaan jumlah pelanggan pendapatan dan tenaga kerja tiap jenis pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jumlah pendapatan, dan tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern.
4	Selly Efriani (2014)	Dampak ritel modern terhadap omset pedagang pasar tradisional di Kota Bogor	Dalam penelitian ini menggunakan analisis <i>paired sample t-test</i> dan <i>orginal logistic regression</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi perubahan omset pedagang di pasar tradisional adalah penididikan, jumlah pelanggan, dan deverifikasi produk dan jarak.
5	I Gusti Agung Ayu Rai Yudhi Astiti, I Ketut Djayastra (2016)	Analisis faktor ketahanan Pedagang warung tradisional menghadapi pesaing Minimarket	Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan deskriptif dan inferensial dengan teknik <i>structural equation modelling</i> (SEM)	Hasil pengujian hihpotesis yang dilakukan dengan teknik SEM menunjukkan bahwa faktor eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang warung tradisional, faktor internal juga berpengaruh positif dan signifikan

				terhadap pendapatan pedagang warung tradisional di Kabupaten Badung.
--	--	--	--	--

### C. Kerangka fikir

Perkembangan pasar modern yang terus meningkat dari waktu ke waktu dapat mengancam keberadaan usaha toko kelontongan dan ritel lainnya. Masyarakat mulai enggan berbelanja di toko kelontong dengan berbagai alasan. Hal ini dapat berakibat buruk bagi eksistensi usaha toko kelontong.

Pemerintah maupun pelaku usaha toko kelontong harus memiliki upaya untuk mempertahankan eksistensi usaha mereka. Dalam penelitian ini, kerangka berpikir dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut :

Gambar 2. 1

Kerangka Fikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, yang dimana penelitian ini bersifat deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan fenomena subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta – fakta yang terlihat atau sebagaimana adanya (Amrin : 2011)

Sedangkan metode penelitian yang penulis gunakan adalah dengan metode kualitatif. Pada mulanya istilah kualitatif bersumber pada pengamatan kualitatif yaitu pengamatan yang merujuk pada sikap dan perhitungannya atas dasar jumlah. Metode penelitian kualitatif disebut sebagai metode artistik, karena proses penelitian bersifat seni dan disebut sebagai metode imperatif karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna yang sebenarnya.(Arikunto : 2003)

Pendekatan yang peneliti gunakan yaitu kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menemukan fakta, kemudian dilanjutkan dengan menemukan masalah, kemudian menuju pada identifikasi masalah.

## B. Fokus Penelitian

Objek penelitian ini adalah memperolah gambaran perilaku dan tabiat sekelompok orang atau masyarakat tertentu mengenai dampak ekonomi pada keberadaan Minimarket terhadap warung kelontong di Kecamatan Tomoni kabupaten Luwu Timur.

Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah sumber utama penelitian yaitu varibel – varibel yang akan diteliti. Subjek penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang akan dikenai kesimpulan dari hasil penelitian. Menurut Amrin subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang akan diperoleh keterangan. Jadi, yang menjadi subjek penelitian ini adalah para pemilik warung kelontong yang ada di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur dan konsumen yang berbelanja di Minimarket di sekitar Warung Kelontong.

Dari Pedagang yang akan menjadi objek penelitian tersebut maka ditetapkan sebanyak 10 Warung Kelontong dengan beberapa kriteria :

1. Bermata pencaharian sebagai pedagang kelontong disekitar Minimarket
2. Bisa diminta wawancara mengenai dampak ekonomi terhadap keberadaan Minimarket
3. Subjek bekerja untuk diri sendiri

## C. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini berada di lokasi Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur. Alasan penulis mengambil tempat atau loksasi penelitian ini dikarenakan pertumbuhan ritel modern di Kecamatan Tomoni sangat meningkat dibandingkan kecamatan lainnya. Sedangkan

waktu penelitian ini selama kurang lebih dua bulan, yakni sejak dikeluarkannya surat izin penelitian yang dimulai dari bulan Oktober sampai bulan November 2021. Waktu selama dua bulan tersebut dianggap cukup untuk mengambil dan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian, sehingga diharapkan data – data yang diperoleh tersebut valid dan dapat di pertanggung jawabkan.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data – data dan informasi yang berupa fakta harus memperhatikan teknik pengumpulan data yang dinilai paling tepat sehingga informasi yang didapat benar – benar valid. Data sendiri terdiri atas data primer dan data sekunder, maka teknik pengumpulannya terdiri dari dua yaitu pengumpulan data primer dengan memilih teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu pengumpulan data secara langsung dilapangan oleh peneliti sendiri dan pengumpulan data sekunder melalui kepustakaan (*Library Research*), yaitu pengumpulan data yang diambil dari pihak lain yang mengumpulkannya terlebih dahulu.

Untuk memperoleh data primer dan informasi lapangan penulis menggunakan instrumen pengumpulan data sebagai berikut :

##### 1. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadapa apa yang teliti. Dengan teknik ini penulis melakukan dalam berbagai hal yang berkaitan dengan subjek penelitian maupun data yang ingin dikumpulkan. Sutrisno Hadi mengukapkan bahwa observasi

merupakan suatu proses yang kompleks. Proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi. Merupakan teknik atau pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung yang terdiri dari dua orang dalam kedudukan yang berbeda yaitu antara penulis dan subjek peneliti yang ditetapkan. Sedangkan jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, yaitu penulis memberikan keabsahan kepada responden untuk berbicara dan memberi keterangan yang dibutuhkan penulis melalui pertanyaan – pertanyaan yang diajukan. Wawancara ini akan dilakukan kepada pemilik warung kelontong di Kecamatan Tomoni.

**Tabel 3. 1**

### Kisi – Kisi Wawancara Mengenai Dampak Keberadaan Minimarket

Subjek	Indikator	Pertanyaan
Pelaku Usaha Toko Kelontong	Latar belakang Pelaku Usaha Toko Kelontong	1. Berapa lama menjalankan usaha toko kelontong ? 2. Pekerjaan apa sebelum usaha toko kelontong ? 3. Adakah usaha lain selain toko kelontong ?
	Dampak keberadaan Minimarket terhadap pendapatan toko kelontong	4. Berapa rata rata pendapatan anda sebelum keberadaan Minimarket ? 5. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya Minimarket ?
		6. Apakah keberadaan

Dampak keberadaan Minimarket Terhadap eksistensi usaha toko kelontong	minimarket berpengaruh terhadap eksistensi usaha anda ? 7. Apakah keberadaan Minimarket mengancam eksistensi usaha anda ?
Dampak keberadaan Minimarket terhadap aspek lainnya	8. Adakah dampak lain yang disebabkan Minimarket terhadap usaha anda ? 9. Apa saja dampak lain yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya Minimarket ?

Tabel 3. 2

**Kisi – Kisi Wawancara Upaya Pelaku Warung Kelontong Untuk Mempertahankan Eksistensi Usahanya**

Sumber Data	Indikator	Pertanyaan
Pelaku Usaha Toko Kelontong	Upaya yang dilakukan pelaku usaha kelontong untuk mempertahankan usahanya	1. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan eksistensi usaha anda ?
.	Menerapkan strategi pemasaran baru	2. Apakah anda menerapkan strategi pemasaran baru dalam usaha anda setelah kemunculan Minimarket ? 3. Strategi pemasaran baru apa yang anda terapkan ? 4. Mengapa anda memilih strategi pemasaran tersebut ?

**3. Dokumentasi**

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen peraturan dan kebijakan pemerintah yang mengatur tentang penyelenggaraan pasar modern dan pasar tradisional. Dokumen-dokumen tersebut yaitu Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dokumen lain berupa data demografi masyarakat kelurahan Srengseng dan foto-foto keadaan lapangan tempat peneliti melakukan penelitian.

#### E. Teknik Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah upaya untuk menjamin bahwa semua data yang diperoleh peneliti sesuai atau relevan dengan realitas yang terjadi. Hal ini bertujuan untuk menjamin data atau informasi yang didapatkan dapat terjamin dan memperoleh data yang valid. Data yang valid adalah data yang menunjukkan ketetapan dan kesamaan antara data yang telah terjadi dilapangan atau objek dengan data yang dihimpun atau disusun oleh peneliti.

Untuk memperoleh data yang valid, data yang dihimpun diuji dengan memakai teknik *triangulasi sumber*, yaitu membandingkan sumber data yang sesuai dengan sumber datayang lain. Menurut Patton, yang dikutip oleh Moleong menyatakan bahwa "*Triangulasi* dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan

suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat benda". Hal ini ang dimaksud tersebut dapat dicapai melalui jalan sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen berkaitan.

#### F. Teknik Analisis Data

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 selesai dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman, menggunakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara iteratif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Miles dan Huberman, yang meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

1. *Data Collection* (pengumpulan data) yaitu proses pengambilan dan pengumpulan data sebanyak – banyaknya yang berhubungan dengan para tokoh kelontong melalui pengumpulan data.

2. *Data Reduction* atau penyajian data yang didapat dari penelitian yang dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti tanpa menutup – nutupi kekurangan atau kelemahannya. Maka data yang dianggap lemah dan kurang valid serta tidak relevan dengan objek penelitian dihilangkan.
3. *Data Display* (Penyajian Data), yaitu langkah pembuatan laporan dari reduksi data untuk ditampilkan dengan cara sistematik yang mudah dibaca dan dipahami sesuai dengan urutan rumusan masalah.
4. *Data Verification* atau penarikan kesimpulan yakni membuat kesimpulan dari data yang diperoleh tentang dampak keberadaan Minimarket dengan tidak menyimpang dari tujuan dan dapat menjawab permasalahan penelitian.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Kecamatan Tomoni

Kecamatan Tomoni memiliki luas wilayah  $230,09 \text{ km}^2$  atau sekitar 3,31 persen dari total wilayah Kabupaten Luwu Timur. Kecamatan yang terletak di sebelah barat ibu kota kabupaten Luwu Timur ini berbatasan langsung dengan kecamatan Mangkutana di sebelah Utara, sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Tomoni Timur, sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Wotu dan Burau dan di sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Luwu Utara. Kecamatan Tomoni terdiri dari 12 desa dan satu kelurahan yang seluruh desanya merupakan wilayah yang bukan pantai. Secara topografi wilayah kecamatan tomoni Sebagian besar daerahnya merupakan daerah datar. Secara administrasi, pada tahun 2020 di kecamatan Tomoni terdapat 52 dusun dengan 117 RT dan 4 RW/RK.

Tabel 4.1

#### Luas Wilayah dan Presentase Menurut Desa dan Kecamatan

Desa/Kelurahan Village		Luas Area ( $\text{km}^2$ )	Presentasi terhadap luas kecamatan (%)
1	Tadulako	15.45	6.71
2	Bangun karya	34.15	14.84
3	Lestari	15.66	6.81
4	Bayondo	28.15	12.23
5	Beringin Jaya	3.75	1.63

6	Mandiri	2,32	1.01
7	Sumber Alam	30.00	13.04
8	Ujung baru	73.80	32.07
9	Kalpataru	3.20	1.39
10	Tomoni	2.00	0.87
11	Bangun Jaya	3.64	1.58
12	Mulyasri	14.93	6.49
13	Rante Mario	3.04	1.32
<b>Tomoni</b>		<b>230.09</b>	<b>100.00</b>

Sumber data : BPS Luwu Timur 2021

Berdasarkan table 4.1 di atas, desa dengan wilayah paling luas adalah desa Ujung baru dengan luas wilayah 73.80 km<sup>2</sup> dengan presentasi terhadap luas kecamatan 32.07 persen, sedangkan desa dengan wilayah paling kecil adalah desa kelurahan tomoni dengan luas wilayah 2.00 km<sup>2</sup> dengan presentasi terhadap luas kecamatan 0.87 perse.

Jumlah penduduk di kecamatan tomoni tahun 2020 adalah berjumlah 25.395 jiwa, dengan kepadatan penduduk tergolong tinggi, yaitu sekitar 6.846 orang per kilometer persegi, jauh berada di atas rata – rata kabupaten Luwu Timur yang berkisar 43 orang per kilometer persegi. Desa yang terpadat penduduknya adalah kelurahan tomoni dengan kepadatan 1.675 per kolimeter persegi, sedang paling rendah adalah desa Ujung baru dengan kepadatan sekitar 13 orang per kilometer persegi. Jumlah penduduk di Kecamatan Tomoni sebanyak 26.406 jiwa yang terbagi ke dalam 6.923 rumah tangga, dengan rata – rata penduduk dalam satu rumah tangga sebanyak 4 orang.

Berdasarkan jenis kelamin dan jumlah umur penduduk kecamatan tomoni dapat dikategorikan jadi dua kategori yaitu laki – laki dan perempuan. Distribusi penduduk kecamatan tomoni berdasarkan jenis kelaminnya disajikan dalam table berikut ini.

**Tabel 4.2**

**Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Tomoni Tahun 2020**

Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Laki – Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
0-14	3621	3537	7158
15-64	9131	8749	17880
65+	669	699	1368
<b>Tomoni</b>	<b>13421</b>	<b>12985</b>	<b>26406</b>

Sumber data : BPS Luwu Timur 2021

Berdasarkan table penduduk 4.1 di atas, data penduduk laki – laki lebih banyak dibandingkan perempuan walaupun perbedaan jumlahnya tidak terlalu signifikan. Jumlah penduduk laki – laki sebanyak 13.421 jiwa sedangkan jumlah penduduk perempuan sebanyak 12.985 jiwa.

## 2. Gambaran Umum Pemilik Toko Kelontong

Warung Kelontong adalah warung yang menyediakan keperluan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga. Warung ini ditemukan berdampingan dengan jalan poros kabupaten dan juga tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Warung

kelontong merupakan pertama kali yang melayani kebutuhan masyarakat sebelum minimarket.

Pada dasarnya toko kelontong memiliki beberapa level, ada yang levelnya sudah besar yang omsetnya mencapai ratusan juta dalam sebulan, ada yang level menengah dengan omset puluhan juta, dan ada juga yang levelnya kecil seperti warung kelontong yang omsetnya hanya ratusan ribu hingga beberapa juta sebulan.

Di zaman yang modern ini, warung kelontong tetap memainkan perannya yang sangat penting bagi masyarakat (Konsumen) yakni dengan menyediakan kebutuhan sehari – hari masyarakat. Walaupun sudah banyak berdiri minimarket, warung kelontong masih tetap memiliki pelanggan walaupun sudah menurun. Hal ini karena letaknya dekat dengan masyarakat serta timbulnya rasa sosial antara penjual kelontong dan konsumen. Selain itu, pada warung kelontong terdapat sosialisasi antar kelas sosial, etnis dan juga Agama yang tidak akan kita jumpai di minimarket maupun toko modern lainnya

Dalam Penelitian ini penulis mengkaji beberapa informan untuk dapat menelaah lebih dalam mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di wilayah Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Melalui indikator dalam penentuan informan yang dirumuskan dalam beberapa kriteria yakni lama usaha, kota asal, pendidikan terakhir, pengalaman dalam usaha dan toko kelontong menjadi mata pencaharian utama. Dalam penelitian ini pemilik warung yang dijadikan informan yaitu yang

membuka warung kelontong di kawasan Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur.

### 1. Usia dan lama usaha

Menurut data wawancara usia para informan beragam, namun rata-rata para informan berusia 35 tahun. Dalam artian para informan telah masuk kedalam usia angkatan kerja. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang berusia 15-64 tahun yang sudah mempunyai pekerjaan maupun sedang tidak aktif bekerja. Usia para informan juga tidak melebihi usia produktif atau diatas 64 tahun. Dimana usia tertinggi informan yaitu 64 tahun dan usia terendah 35 tahun. Data tersebut dapat dilihat dalam tabel 4.1 yang menggambarkan lama usaha pemilik warung kelontong.

**Tabel 4.3**  
**Lama Usaha Pemilik Toko Kelontong**

NO	Nama	Usia	Lama Usaha
1	Tahenre	50	30 Tahun
2	Hatija	42	13 Tahun
3	Firmansyah	40	14 Tahun
4	Darisa	63	10 Tahun
5	Daswar	38	11 Tahun

Sumber data : Wawancara dengan informan

Sementara lama usaha para informan menjadi pemilik toko kelontong juga beragam. Banyak masyarakat yang membuka usaha warung kelontong. Berdasarkan hasil wawancara kepada

para pemilik warung kelontong, rata – rata lama uasaha para informan di atas 10 tahun. Dari data yang diperoleh, lama usaha warung kelontong dibawah 15 tahun terdapat 1 orang. Dan lama usaha diatas 15 tahun terdapat 3 orang. Dimana 1 diantaranya telah membuka usaha kelontong lebih dulu dari ke 2 warung yang lain. Hal ini membuktikan bahwa para pemilik Toko kelontong telah berjualan cukup lama di Kecamatan Tomoni sebelum datangnya minimarket.

## 2. Kota asal pemilik usaha

Usaha warung keontong mampu menarik masyarakat bermigrasi ke luar daerah untuk bekerja dan mengadu nasib di daerah tersebut. Seperti halnya mayoritas pemilik Toko kelontong berasal dari luar daerah. Diantaranya berasal dari Bone, Soppeng, dan bahkan sampai Flores. Berikut adalah tabel kota asal yang diperoleh dari hasil wawancara pemilik warung kelontong sebanyak 4 orang. Seperti yang terlihat dalam tabel 4.4

**Tabel 4.4**

### Kota asal Pemilik Toko Kelontong

NO	Nama	Kota Asal
1	Tahenre	Soppeng
2	Hatija	Luwu Timur
3	Firmansyah	Bima
4	Darisa	Bone
5	Daswar	Bone

Sumber data : Wawancara dengan informan

Para informan yang berasal dari luar daerah saat ini sedang menetap dan tinggal di Kecamatan Tomoni. Mereka menyatakan bahwa sejak lama telah mengadu nasib sehingga memutuskan tinggal dan menetap di Kecamatan Tomoni. Hal ini membuktikan bahwa para masyarakat urban yang telah mendominasi menjadi pemilik warung kelontong sebagai mata pencarian di Kecamatan Tomoni. Daya tarik Kabupaten Luwu Timur dari berbagai sektor juga mempengaruhi masyarakat untuk tinggal dan mencari nafkah di Kabupaten ini.

### 3. Pendidikan terakhir pemilik usaha

Dari hasil data yang diperoleh, diketahui bahwa tingkat pendidikan formal yang ditempuh oleh para pemilik warung berbeda-beda satu sama lainnya. Berdasarkan keterangan para informan tingkat pendidikan yang pernah ditempuh para pemilik Toko Kelontong rata – ratà adalah SMA. Berbagai latar belakang pendidikan yang dimiliki para pemilik warung kelontong tidak mempengaruhi status mereka dalam berdagang. Seperti yang terlihat dalam tabel 4.4.

**Tabel 4.5**

#### **Pendidikan terakhir pemilik usaha kelontong**

No	Nama	Pendidikan Terakhir
1	Tahenre	SMA
2	Hatija	SMA
3	Firmansyah	SMA

4	Darisa	SD
5	Daswar	SMA

Sumber data : Wawancara dengan informan

Tanpa memandang latar belakang pendidikan para informan bisa membuka usaha warung kelontong. Artinya warung kelontong tidak membatasi tingkat pendidikan yang harus dimiliki. Bahkan para pekerja yang membantu warung kelontongpun tidak banyak yang memiliki pendidikan yang tinggi. Hal ini memberikan kesempatan bagi para masyarakat yang tidak memiliki Pendidikan tinggi untuk bisa berwiraswasta. Hanya saja disini pemilik warung kelontong harus memiliki modal cukup.

#### 4. Pengalaman menjadi pemilik usaha toko kelontong

Umumnya dalam memasuki dunia perdagangan, seseorang harus memiliki keahlian dan pengalaman dalam suatu bidang. Keahlian atau pengalaman sangat penting dalam membuka usaha untuk mengukur sejauh mana kemampuan yang dimiliki. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki maka semakin mudah mereka memasuki dunia perdagangan.

Dari hasil wawancara dengan 4 informan, ada beberapa informan menyatakan bahwa sebelumnya usaha mereka ini adalah usaha turun menurun dari keluarga. Dari keluarga mereka banyak Toko kelontong yang mereka buka hanya saja lokasi yang mereka jadikan warung kelontong berbeda. Dan ada juga informan yang merintis sendiri warung kelontongnya dengan mengandalkan modal dan kemampuan atau keahlian yang seadanya.

**Tabel 4.6**  
**Usaha para Informan**

No	Nama	Usaha/Pekerjaan Utama	Usaha/Pekerjaan Lainnya
1	Tahenre	Toko Kelontong	Berkebun
2	Hatija	Toko Kelontong	Tidak ada
3	Firmansyah	Toko Kelontong	Beternak
4	Darisa	Toko Kelontong	Berkebun
5	Daswar	Toko Kelontong	Tidak ada

Sumber data : Wawancara dengan informan

Rata – rata, para informan menjadikan warungnya sebagai penghasilan utamanya tetapi mereka juga masih memiliki pekerjaan atau usaha lainnya agar tidak sekedar menjadikan usaha toko kelontongnya sebagai pendapatan utama. Sementara 1 informan sama sekali tidak memiliki usaha atau Pekerjaan lain selain toko kelontongnya dan hanya fokus pada usaha Utamanya yaitu Toko kelontong. Mereka mengaku membuka usaha Toko kelontong dikarenakan usaha tersebut cenderung mudah untuk dijalankan. Sehingga usaha kelontong ini menjadi usaha utama mereka. Hal ini tidak terlepas dari sistem usaha yang di terapkan di warung kelontong. Dimana pemilik warung bisa menentukan jam buka dan tutup warung sesuai kehendak sendiri. Selain itu juga tidak ada ikatan kontrak kerja yang membatasi mereka dalam bekerja. Tentu hal ini dimanfaatkan para informan yang memiliki urasan diluar usaha mereka.

Data wawancara ini juga menunjukkan bahwa umumnya usaha warung kelontong adalah usaha pertamanya bagi para informan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa warung kelontong adalah usaha satu-satunya sebagai mata pencaharian ekonomi. Mereka umumnya menggantungkan hidup sepenuhnya pada usaha warung kelontong mereka

Data yang telah dipaparkan di atas merupakan data diriinforman yang dijadikan oleh peneliti sebagai data primer dalam menyusun laporan mengenai dampak keberadaan minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko kelontong

## B. Hasil Penelitian

### 1. Persepsi dan dampak pelaku usaha toko kelontong terhadap keberadaan minimarket

Persepsi merupakan Pandangan seseorang terhadap sesuatu atau sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan sensorik mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Persepsi lahir dari proses yang didahului oleh pengindraan yang merupakan stimulus yang diperoleh seseorang individu melalui alat penerimaan indra, kemudian stimulus itu di teruskan oleh syaraf ke otak kemudian akan memicu munculnya persepsi. Adapun persepsi terhadap minimarket seperti yang di ungkapkan oleh salah satu informan informan Ibu Tahanre (50 tahun):

*"ya, bagi kami banyak orang yang suka berbelanja di minimarket karena pikiran mereka minimarket lebih lengkap barangnya dibandingkan dengan warung – warung seperti kami yg terlihat sedikit stok barangnya"*

Ibu Tahlenre merupakan pelaku usaha toko kelontong yang sudah cukup lama berjualan, yaitu sekitar 30 tahun. Beliau membangun usahanya dengan modal yang seadanya hingga bisa berkembang hingga saat ini. Pada saat itu saya berbincang cukup lama dengan beliau yang diluar dari pertanyaan yang saya ajukan.

*"biasanya orang yang berbelanja di minimarket, belanja untuk kebutuhan dalam waktu beberapa hari ke depan. Karena minimarket juga sering mengeluarkan promosi dan diskon. Saya juga biasa berbelanja di minimarket untuk kebutuhan rumah tangga saya yang tidak ada di warung saya. Sebenarnya saya bisa berbelanja di toko grosir yang ada di pasar, tapi saya rasa agak jauh".*

Persepsi terhadap minimarket dapat dilihat dari 2 aspek yaitu positif dan negatif. Aspek positif yaitu minimarket yang ada di Kecamatan Tomoni telah membantu membuat ekonomi masyarakat telah berkembang, minimarket membawa perubahan besar pada masyarakat. Minimarket telah menunjukkan daerah tersebut telah berkembang. Masyarakat Kecamatan Tomoni yang awalnya sederhana sekarang telah bergeser seiring dengan kemajuan teknologi, ilmu pengetahuan, konsumsi, modernisasi dan globalisasi, masyarakat mulai terbuka dan menerima hal – hal baru. Keterbukaan masyarakat terhadap minimarket ditandai dengan mereka berbondong untuk masuk dan berbelanja di minimarket.

Tempat yang bagus dan terkesan nyaman yang dilengkapi fasilitas – fasilitas merupakan pendorong utama masyarakat untuk berbondong – bondong untuk berbelanja di minimarket dibandingkan toko kelontong yang fasilitasnya masih minim. Sehingga melahirkan persepsi masyarakat bahwa minimarket merupakan pasar modern

dengan fasilitas yang lengkap. Salah seorang informan mengungkapkan persepsinya terhadap munculnya minimarket yang cenderung mengubah omset pendapatannya, Ibu Darisa (63 tahun) :

*"munculnya minimarket cenderung mempengaruhi pendapatan omset saya, biasanya saya bisa dapat satu juta lebih dalam perhari akan tetapi sekarang dibawah itu, akibat dari omset yang berkurang itu mempengaruhi keuntungan saya setiap harinya"*

Bagi ibu Darisa berjualan merupakan penghasilan terbesarnya selain berkebun. aspek negative dari minimarket yaitu, persepsi masyarakat dan pedagang menganggap kehadiran minimarket membuat keluasan pada pedagang kecil yang semakin terpuruk akibat adanya minimarket mereka sulit bersaing. Beberapa masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang sempat mengeluh akan kehadiran minimarket karena mengurangi omset.

#### a. Omset toko kelontong

Untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu bagaimana dampak keberadaan minimarket modern terhadap usaha toko kelontong dilihat dari segi omset dan pendapatan. Agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan informan sebagai berikut.

Dari beberapa informan menyatakan kurang setuju atau sangat menolak dan mengeluh adanya minimarket di kecamatan Tomoni kabupaten Luwu Timur, seperti halnya yang disampaikan oleh salah seorang informan yang saat peneliti melakukan wawancara :

*"saya sebenarnya kurang setuju dengan datangnya minimarket tetapi kami mau bagaimana lagi, Namanya*

*sama – sama jualan kita juga tidak bisa melarang orang berjualan dan mendapatkan rejeki. Kami juga sejurnya takut mau protes, protesnya juga mau sama siapa, kan izin juga dari pemerintah.”*

Hal yang serupa di sampaikan oleh informan lain, yang merasa bahwa kehadiran minimarket ini dapat mengganggu stabilitas dagangannya :

*“sebenarnya yahh... kami kurang setuju karena dengan adanya minimarket, tapi saya juga kurang paham kenapa orang – orang banyak berbelanja di minimarket padahal dari segi harga justru kami tidak lebih murah dari minimarket. Semenjak adanya minimarket, saya merasa pengunjung saya berkurang dan pendapatan saya tidak stabil”*

Pendapat yang sangat tegas juga disampaikan oleh salah satu informan yang bermama Bapak Firmansyah (39 Tahun). Pada saat wawancara beliau menampakkan wajah kesal sambil menjawab pertanyaan dari penulis :

*“kalua saya pribadi sangat tidak setuju, soalnya kami para pedagang sudah banyak saingan dengan pedagang lain ditambah lagi dengan adanya minimarket tambah banyak lagi saingan kita. Bukannya apa – apa mereka sudah pasti unggul dalam bersaing, kita ini yang Cuma modal kecil bisa apa!?”*

Akan tetapi dari 5 informan yang telah peneliti wawancarai tidak semua menolak dengan kehadiran minimarket di kecamatan Tomoni. seorang informan menyampaikan seperti Ibu Tahlenre (50 tahun) :

*“kalua ibu sebenarnya tidak begitu menolak, mau di tolak juga tidak bisa karena sudah ada izin dari pemerintah, yahhh di syukuri saja sajalah pemberian dari Tuhan. Kita hanya bisa do'a sama yang diatas, mungkin persoalan rejeki sudah ada yang atur”*

Seiring berjalannya wawancara dengan Ibu Tahlenre, beliau juga menyampaikan kerelaannya dengan adanya minimarket

*"menurut saya yahh... tidak masalah, karena Kecamatan Tomoni ini juga sudah mulai berkembang mungkin dengan adanya minimarket termasuk dari perkembangan zaman. Soalnya saya sudah lama tinggal disini, saya lihat banyak sekali kemajuan mulai dari saat pertama saya datang hingga sekarang yahh salah satunya minimarket ini."*

Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik usaha Toko Kelontong, ada seorang informan yang tidak begitu mempermasalahkan dengan adanya minimarket di kecamatan tomoni. Beliau berpendapat hal ini merupakan bagian dari perkembangan zaman yang tidak dapat dihindari keberadaanya dan sejauh ini menjadi perbincangan yang cukup hangat disebabkan tuntutan gaya hidup yang berkembang di masyarakat Tomoni saat ini, kemudian para pedagang meyakini bahwa rezeki akan datang pada masing usaha yang dilakukan.

Namun demikian, banyak jenis barang dagangan yang mengalami perubahan omset diantaranya minyak goreng, mie instan, detergen, peralatan mandi, susu dan makanan ringan. Dari 5 informan yang peneliti wawancara juga mengeluhkan penurunan pada omset penjualan mereka.

Menurut salah satu informan yaitu Ibu Hatija, beliau merasa kalah saing dalam segi penjualan sehingga membuat pelanggannya berpindah ke minimarket :

*"bisa dibilang menurun, karena mungkin minimarket suka membuat promo dan diskon. Seperti gula, minyak goreng, dan sabun – sabun, pasti orang – orang merasa tertarik belanja di minimarket. Palingan rokok yang sering orang beli di tempat saya, karena di warung saya bisa jual*

*perbatang rokok. Kalau di minimarket harus satu bungkus. Saya sendiri tidak bisa kasi diskon seperti mereka, saya jual barang sesuai harga saja."*

Peneliti juga menanyakan tentang promosi melalui potongan harga yang dilakukan terhadap setiap pembeli yang berbelanja di minimarket kecamatan Tomoni, apakah berpengaruh dengan omset mereka, informan lain mengatakan yaitu Firmansyah (39 Tahun) :

*"menurut saya berpengaruh, karena pembeli lebih suka mencari harga yang lebih murah. Karena minimarket mengambil barang dari agen langsung banyak jadi harga mereka bisa lebih murah, yahh sementara kami cuma ambil barang dari penjual grosiran yang ada di pasar, jadi kami hanya bisa ambil untung seadanya"*

Adapaun pendapat dari ibu Tahlenre mengungkapkan dampak terhadap omset penjualan tokonya dari promosi yang ada di minimarket :

*"kalau saya mungkin berpengaruh, tapi tidak terlalu, karena minimarket juga tidak setiap hari mengadakan promosi, itupun hanya beberapa barang, lagi – lagi prinsip saya cuma bisa pasrah apa yang di berikan tuhan."*

Dalam kegiatan bisnis, pedagang harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Ketika pedagang bersifat kompetitif maka pedagang harus siap serta berani bersaing dengan orang lain. Namun bukan berarti dapat menggunakan segala cara, akan tetapi bersaing dengan cara yang sehat. Hal demikian telah tampak pada beberapa pedagang kelontong di Kecamatan Tomoni, siap tidak siap mereka harus tetap bersaing dengan pendatang baru seperti yang di ungkapkan masing – masing informan.

Begini beragam respon yang diberikan para pedagang atas hadirnya minimarket di kecamatan Tomoni, di antaranya ada yang beranggapan berdampak positif dan negative terhadap pendapatan mereka, sebab pedagang kelontong yang merasakan dampak secara langsung atas adanya minimarket dan hal ini sudah pasti berimbas pada pendapatan mereka yang kurang dari tahun ke tahun. Berikut keluhan yang merasakan langsung dampaknya terhadap pendapatan mereka, seperti yang disampaikan oleh Ibu Darisa (62 Tahun) :

*"yahh bisa dibilang ada positif sama negatifnya, kalau positifnya mungkin minimarket ini bisa membuka pekerjaan untuk orang – orang sekitar, kan bagus juga kalau orang2 atau tetangga – tetangga kita dapat pekerjaan. Untuk negatifnya yahh omset saya pasti akan berkurang karena semakin banyak saingan, bisa saja pelanggan yang dulu sering belanja pindah tempat belanja!"*

Dan keluhan yang sama juga disampaikan oleh informan lainnya, seperti halnya yang disampaikan bapak Firmansyah yang kebanyakan pendapatnya sangat menolak kehadiran minimarket :

*"justru saya merasa negatifnya, karena saya mengalami penurunan omset yang lumayan, saya tidak tau kalau pejual lainnya, kalau saya sih merasakan demikian, saya sudah hitung – hitung itu pendapatan saya makin hari makin berkurang."*

Pada sore hari itu saya berbincang dengan bapak Firmansyah dengan cukup lama. Pada dasarnya beliau tidak setuju dengan kebijakan pemerintah yang memberi izin pada minimarket. Beliau juga menyampaikan keresahannya :

*"kita di sini sebagai pedagang kelontong sudah banyak dan kita harus bersaing satu sama lain, di tambah lagi dengan adanya minimarket otomatis tambah banyak saingan. Saya mendengar di kecamatan sebelah para*

*pedagang setuju menolak berdirinya minimarket. Saya juga tidak mau kalah!"*

Hampir semua informan mengatakan hal yang sama bahwasanya minimarket yang ada di Kecamatan Tomoni ini memberikan dampak negatif, sebab para pedagang sudah merasakan langsung adanya penurunan penjualan untuk beberapa tahun terakhir ini. Hal ini juga dibarengi dengan adanya penurunan pendapatan tiap – tiap pedagang. Akan tetapi dari 4 Informan yang peneliti wawancarai tidak semua beranggapan berdampak negatif, satu diantaranya mengatakan berdampak positif karena merupakan sebagai bentuk perkembangan zaman dan memang sudah semestinya ada.

Peneliti juga menanyakan tentang berapa persen jumlah pendapatan yang dihasilkan perharinya oleh pedagang jika meningkat maupun menurun baik sebelum adanya minimarket maupun sejak hadirnya minimarket ini. Kebanyak informan pemilik usaha kelontong mengalami penurunan dari pendapatan mereka, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini yang menunjukkan perubahan omset para pemilik usaha kelontong.

**Tabel 4.7**

**Perubahan jumlah Pendapatan pemilik Toko kelontong**

NO	Nama Pemilik Warung	Sebelum adanya Minimarket	Seudah adanya Minimarket
1	Ibu Tahrenre	1,5 – 2 Juta/hari	1,5 Juta/hari

2	Ibu Hatija	1,5 Juta/hari	1 Juta/hari
3	Bapak Firmansyah	2 Juta/hari	500 ribu – 1,5 Juta
4	Ibu Darisa	1 – 1,5 Juta/hari	700 ribu – 1 Juta
5	Bapak Daswar	2 jutaan/hari	1 juta – 1.5 juta

Sumber data : Wawancara dengan informan

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan dengan jelas bahwa telah terjadi perubahan jumlah pendapatan pendapatan omset perharinya untuk tiap – tiap pedagang. Hal ini membuat pensapatan para pedagang menurun, diantaranya sebelum adanya minimarket jumlah pendapatan sebesar 1,5 – 2 Juta perharinya. Namun setelah hadirnya minimarket, jumlah pendapatan para pedagang kian mengalami penurunan omset penjualan. Diantaranya pendapatan perharinya 500 ribu sampai dengan 1,5 Juta perharinya. Walaupun perubahan penurunan omset tidak terlalu signifikan tetapi saja hal ini menjadi keluhan beberapa pemilik toko kelontong.

#### b. Jumlah pelanggan

Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan beberapa pemilik toko kelontong mengeluhkan terkait dengan adanya pelanggan mereka yang beralih berbelanja di minimarket sejak hadirnya pasar modern tersebut, seperti yang disampaikan oleh salah satu informan yang peneliti wawancara. Berikut yang disampaikan oleh saudara Daswar (38 tahun) :

*"tentu pasti ada, karena hak pembeli mau beli dimana terlebih kalau di minimarket kelihatannya bagus bagi*

*pembeli. Kita tidak bisa menuntut pembeli untuk terus berbelanja di tempat kita, kita tidak ada hak, andaikan pembeli bisa diatur harus belanja di tempat saya hahaha."*

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan lain yaitu ibu Tahlenre, yang merasa mengalami penurunan jumlah pelanggan, tetapi beliau tida mengeluhkan hal tersebut :

*"yaahh tentu adalah, tapi mau bagaimana lagi, mungkin itu sudah rejeki orang masing – masing. Hari ini mungkin pelanggan kurang, tapi bisa jadi besok – besok akan berubah. Kita tidak ada yang tahu kann."*

Informan bernama Ibu Darisa juga menyampaikan keluhan yang serupa. Beliau sangat merasakan penurunan jumlah pelanggan pada warung kelontonya :

*"pasti ada, walaupun saya tidak selalu perhatikan orangnya yang mana, saya yakin pasti adalah. Kan sudah pasti kalau pendapatan kita menurun pasti pelanggan kita juga berkurang, itu sudah menjadi hal yang otomatis"*

Kualitas pelayanan, kelengkapan barang dan kenyamanan dari minimarket tentu sudah membuat pemilik toko kelontong kalah bersaing. Sebagian konsumen lebih memilih beralih berbelanja di minimarket dari pada berbelanja di toko kelontong. Hal sangat berpengaruh pada permintaan barang di toko kelontong. Selera masyarakat yang sudah mulai terpengaruh akan sebuah kesan yang elit, membuat beberapa konsumen yang awalnya berbelanja di toko kelontong kini secara perlahan beralih ke toko modern yaitu minimarket.

Kebanyakan para pedagang sudah merasakan langsung akan dampak dari adanya minimarket sebagai pesaing mereka, sehingga yang dirasakan pedagang kian cukup mengalami penurunan pelanggan mereka. Tidak hanya adanya minimarket

melainkan semakin banyaknya penduduk masyarakat di kecamatan Tomoni membuka usaha kecil seperti kedai, hal tersebut juga kian menambah kerisauan para pedagang toko kelontong.

Cukup terasa dampak yang diberikan minimarket terhadap usaha para pemilik toko kelontong, keuntungan merupakan faktor yang penting bagi setiap pengusaha, khususnya disini toko kelontong demi terjaganya keberlangsungan usaha mereka. Hasil dari usaha yang diperoleh nantinya dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – harinya dan biaya usaha mereka untuk ke depannya. Ditambah lagi beberapa dari mereka melakukan pemberian ke bank untuk tambahan modal awal usaha mereka dalam jumlah yang banyak. Jika jumlah pelanggan toko kelontong serta keuntungan yang didapat menurun, otomatis menimbulkan dampak keberlangsungan usaha toko kelontong tersebut.

Semakin banyak konsumen yang tertarik berbelanja di minimarket ini, maka hal itu akan mempengaruhi jumlah konsumen yang sebelumnya berbelanja di toko kelontong. Hal ini juga akan mempengaruhi kondisi ekonomi para pedagang pemilik usaha toko kelontong tersebut. Imbas dari fenomena inilah yang akhirnya memunculkan suatu tanggapan dari para pedagang kelontong sebagai wujud sebagai pemahaman dan penilaian mereka terhadap adanya usaha minimarket tersebut. Sikap perwujudan mereka diaplikasikan dalam bentuk pengaruh atau penolakan,

suka atau tidak suka, pasra dengan keadaan yang terjadi bahkan sampai pada penemuan inovasi baru.

Pedagang warung kelontong melihat situasi seperti ini haruslah cermat dan kreatif serta mempunyai strategi dalam bersaing dengan perkembangan pasar modern jika ingin mempertahankan usahanya agar tidak tergerus oleh keberadaan pasar modern yang sedang menggurita.

## 2. Upaya yang dilakukan pelaku usaha toko kelontong dalam mempertahankan eksistensinya

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha warung kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya merupakan sebuah keharusan. Ada beberapa dari pemilik usaha yang terdampak dengan adanya minimarket membuat strategi atau upaya untuk mempertahankan usahanya agar tidak sekedar mengikuti arus pasar yang ada.

Dari beberapa informan yang peneliti wawancara, mereka mengungkapkan beberapa strategi untuk menambah pendapatan mereka ataupun memutar modalnya selain sekedar berjualan campuran. Seperti yang diungkapkan salah satu informan ibu Hatija (42 tahun) :

*"saya sendiri selain berjualan campuran, saya juga sembari berjualan gorengan, yahh lumayanlah untuk menambah pendapatan perharinya. Dari berjualan gorengan juga saya bisa memutar modal untuk belanja stok barang di toko saya."*

Informan yang lain juga menambahkan pendapat yang serupa, mereka mengakali perputaran modal dengan berdagang

dagangan lain. Berikut yang disampaikan Bapak Firmansyah (40 Tahun) :

*"kalo saya sementara ini menjual bensin eceran untuk menambah penghasilan, karena pom bensin daerah sini biasanya tidak buka kalau malam. Yahh lumayanlah untung seribu perbolol, daripada hanya mengandalkan usaha toko yang semakin hari semakin suram"*

Dari strategi pemasaran, mereka menjual dagangannya secara tradisional yaitu melayani pembeli satu per satu, tidak ada harga yang tertera dimasing – masing barang dagangannya dan penataan barang yang mungkin kurang menarik. Beberapa pemilik usaha memiliki rencana strategi untuk mengembangkan usahanya atau untuk bertahan dari gerusan pasar modern. Berikut strategi yang ingin dilakukan saudara Daswar (38 tahun) :

*"sebenarnya saya ingin menjual grosiran, tapi yahh pasti butuh modal besar lagi, sementara lahan saya juga kecil, untuk sementara ini saya mengakalinya dengan berjualan 24 jam, karena minimarket di sini belum ada yang buka 24 jam. Lumayan untuk menambah omset."*

Pelaku usaha toko kelontong tidak memberikan diskon kepada para pelanggannya. Potongan harga kadang diberikan kepada pelanggan atau konsumen yang berbelanja dalam jumlah banyak. Akan tetapi tidak ada promo yang tetap yang diberikan. Adapun strategi yang digunakan Ibu Darisa dalam mempertahankan atau mengembangkan usahanya :

*"yah saya sendiri juga mau barang saya komplit, tapi kadang kalau barang banyak yang habis, paling saya belinya yang banyak diminati dulu. Akhir – akhir ini saya menstok barang – barang sembako dan rokok, selain paling banyak diminati tetangga, minimarket juga tidak menjual rokok eceran atau sembako kaya gula pasir yang setengah kilo"*

Pelaku usaha toko kelontong tidak menambah modal usahanya. akan tetapi, terkadang uang usaha terpakai untuk keperluan pribadi dan diganti dengan jumlah yang tidak pasti pada waktu tertentu. Keuangan usaha dan pribadi pelaku toko kelontong tidak terpisah dengan jelas dan tidak dibukukan sehingga modal usaha mereka tidak dapat diketahui secara pasti.

Pelaku usaha toko kelontong harus mempunyai strategi yang merupakan salah satu aspek perencanaan dalam suatu usaha yang harus ditentukan secara matang dalam menghadapi sesama pelaku usaha pasar. Strategi berdagang yang digunakan oleh para pedagang warung kelontong yaitu meliputi aspek produk, harga serta lokasi dan tak lupa pula sebagai orang yang memeluk agama berdoa kepada Tuhan sebagai upaya terakhir dalam usahanya.

Upaya yang dilakukan para pedagang kecil pemilik toko kelontong dalam mempertahankan usahanya antara lain dengan cara melengkapi barang dagangan yang banyak diminati pembeli atau konsumen. Ada juga pemilik toko kelontong yang membuka tokonya 24 jam dikarenakan minimarket dan juga beberapa toko kelontong lain tidak membuka tokonya sampai 24 jam. Adapun mereka yang ingin memperbesar atau memperluas usahanya terkendala pada modal yang besar dan lahan yang tidak luas atau kurang memadai.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Peraturan Peraturan Presiden (Perpres No. 112 Tahun 2007) dan PERMENDAGNo. 53 Tahun 2008 telah dibuat sebagai upaya untuk melindungi wirausahawan khususnya pedagang tradisional. Akan tetapi,

di Kecamatan Tomoni belum ada peraturan khusus yang mengatur tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern.

Implementasi kebijakan merupakan suatu proses pelaksanaan keputusan kebijakan biasanya dalam bentuk Undang-undang, Peraturan pemerintah baik pusat maupun daerah. Pelaksanaan kebijakan adalah sesuatu yang penting, bahkan mungkin lebih penting daripada pembuatan kebijakannya. Kebijakan hanya akan menjadi sebuah ekspektasi atau sekedar rencana apabila tidak dapat terimplementasikan dengan baik. Begitu juga dengan Perpres No. 112 Tahun 2007 Begitu juga dengan Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendag No. 53 Tahun 2008, memuat pasal-pasal yang menguntungkan dan memihak pada rakyat khususnya pedagang tradisional seperti pada pasal Pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya (Pasal 4 ayat 1 poin b, Perpres No. 112 Tahun 2007.

Pada kenyataannya, pendirian Minimarket di Kecamatan Tomoni tidak mengacu pada pasal tersebut. Terdapat 4 Minimarket di Kecamatan Tomoni yang letaknya persis di depan atau di samping warung Kelontong, yang berarti bahwa tidak adanya implementasi kebijakan terkait jarak antara minimarket dengan warung kelontong yang telah ada sebelumnya.

Pemilik toko kelontong di kecamatan tomoni umumnya hanya bersaing dengan pedagang kelontong lainnya saat sebelum adanya

minimarket dan hal ini tidak begitu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Pendapatan pedagang merupakan pendapatan perhari yang dihasilkan oleh pedagang yang terbilang cukup stabil bahkan mengalami peningkatan, kebutuhan sehari – haripun terpenuhi karena pendapatan yang terbilang lumayan, bahkan tidak sedikit dari pemilik toko eceran dan grosir bisa memberikan pendidikan pada anaknya sampai ke jenjang perguruan tinggi dan dapat menopang perekonomian dalam keluarga untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan hidup.

Penelitian terdahulu yang peneliti sebelumnya paparkan di bab II menunjukkan bahwa adanya jarak yang berdekatan dengan minimarket berpengaruh signifikan terhadap omset dan jumlah pendapatan pada pemilik usaha toko kelontong. Hal ini kurang lebih sama yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian.

Hasil wawancara dan observasi terhadap pemilik toko kelontong yang telah peneliti lakukan, dari beberapa informan menyatakan sebelum adanya minimarket pendapatan mereka dapat dikatakan stabil bahkan meningkat. Akan tetapi sekarang tidak lagi demikian. Awalnya toko kelontong yang adapun dahulu mengalami perkembangan dengan baik, memiliki pelanggan tetap, namun adanya perubahan gaya hidup seperti pandangan konsumen terhadap minimarket adalah sebagai tempat yang bergengsi. Dengan harga yang bisa dikatakan bersaing dengan toko kelontong sekaligus fasilitas yang memadai membuat masyarakat merakan kenyamanan berbelanja di minimarket.

Nampak jelas bahwa saat adanya ekspansi minimarket, sangat memberikan pengaruh terhadap kelangsungan usaha toko kelontong di

Kecamatan Tomoni. Dari hasil wawancara terhadap pemilik usaha, mereka menyatakan untuk beberapa tahun terakhir ini minimarket memberikan dampak yang cukup terasa. Pendapatan mereka pun kian menurun seperti yang dirasakan beberapa informan yaitu skitar 30 sampai 40 persen perharinya, presentase tersebut adalah yang paling tinggi tingkat penurunannya.

Menurut Wijayanti, bahwa kehadiran pasar modern memberikan pengaruh yang negatif salah satunya terhadap UMKM sektor perdagangan dan toko tradisional yang jaraknya kurang dari satu kilometer dari minimarket mengalami penurunan keuntungan secara signifikan. Berdasarkan hasil observasi, jarak toko kelontong dengan minimarket yang jaraknya dari mulai 0 – 500 meter dengan minimarket berjumlah 4 toko. Hasil penelitian diatas menunjukkan penurunan omset dan keuntungan warung kelontong dipengaruhi oleh berdirinya minimarket yang berdiri dalam rentang jarak dibawah 1 kilometer. Menurut Nully dan Irawati, dampak dari kebijakan diperbolehkan berdirinya minimarket adalah menurunnya omset pedagang tradisional karena banyak pasar yang dilanggar dalam peraturan tersebut, antara lain yang mengatur tentang persetujuan pedagang kecil sejenis, penggunaan tenaga kerja, harga jual barang, kemitraan dengan usaha kecil dan koperasi, waktu pelayanan penyelenggaraan minimarket, penyediaan ruang usaha untuk pedagang lai, dan penempatan/penataan usaha informal.

Penetuan lokasi berdirinya minimarket tergantung pada kebijakan perencanaan, yaitu memastikan di suatu wilayah boleh

mendirikan minimarket terlebih dahulu dan harus berkonsultasi dengan perencana lokal serta melihat tata guna lahan pada Kawasan tersebut. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa lokasi yang akan dibangun minimarket diproyeksikan bagi area perdagangan.

Salah satu alasan sulitnya pedagang memaksimalkan keuntungan adalah tidak dapat menyaingi minimarket. Konsumen tentu menyukai tempat berbelanja yang fasilitasnya terkesan eksklusif. Dampak keberadaan minimarket terhadap toko kelontong yang dialami oleh pedagang toko kelontong akan maraknya minimarket sangat beralasan. Dengan modal yang besar, minimarket dapat menerapkan strategi dan manajemen dagang yang tidak bisa dilakukan oleh pedagang toko kelontong. Mulai dari promosi, fasilitas yang memberikan kenyamanan kepada konsumen, distributor center sendiri, sampai pemberian diskon besar besaran terhadap suatu barang. Bahkan, masyarakat banyak menilai pergi ke minimarket bukan hanya bertujuan untuk melakukan transaksi jual beli melainkan sebagai ajang rekreasi keluarga. Sehingga hal ini memunculkan pola yang baru kepada masyarakat dalam hal berbelanja.

Dalam perkembangannya, minimarket dalam beberapa tahun terakhir semakin menggurita atau melakukan ekspansi ke daerah – daerah termasuk di kecamatan Tomoni. Hal tersebut memanfaatkan celah dari aturan yang implementasinya tidak tegas dari pemerintah. Regulasi Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Perda Nomor : 21 tahun 2008 tidak mampu meredam ekspansi yang dilakukan secara cepat dari minimarket. Konsep perlindungan hanya menjadi aturan formal belaka

tanpa bisa ditegakkan. Konsep perlindungan hanya menjadi aturan formal belaka tanpa bisa ditegakkan. Aturan mengenai pendirian minimarket harus menyertakan dampak sosial – ekonomi dari pasar tradisional dan usaha kecil yang telah terlebih dahulu berada disekitarnya dijalankan dengan tidak serius. Kecurigaan bahwa adanya indikasi kearah permainan antara kelompok pengusaha minimarket bersama pemerintah semakin menguak ke permukaan.

Segala faktor tersebut menyisahkan kesedihan tersendiri pada keberadaan pedagang di dalamnya. Kehadiran minimarket dengan market power yang sangat besar, berbasikan sistem kapital, mampu menggerus setiap lawan termasuk toko tradisional. Berbagai strategi bisnis yang dikembangkannya untuk menopang brand image sebagai ritel penyedia barang dengan harga termurah, selalu menjadi trend dalam pengelolaannya.

Persaingan tidak seimbang yang terjadi antar pedagang kelontong dengan minimarket kerap membawa implikasi sosial, karena tersisihnya para pedagang dan membawa konsekuensi terhadap hilangnya mata pencaharian sebagai penduduk. Selain tidak seimbangnya kemampuan dalam hal modal dan kapital, harus diperhatikan puia model pengelolaan dalam toko kelontong, dimana sampai saat ini masih terjebak dalam model pengelolaan yang masih jauh dari upaya menawarkan model yang bisa lebih menarik konsumen. Kesan stok barang yang lama, tidak aman dan tidak nyaman juga sejumlah atribut tidak baik lainnya masih melekat dalam stigma konsumen dari para pedagang kelontong saat ini.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, jumlah konsumen menurun akibat munculnya minimarket. Keadaan ini terlihat dari semakin sepinya konsumen yang berbelanja di toko kelontong. Sebelum munculnya minimarket konsumen tidak memiliki pilihan lain selain berbelanja di pasar tradisional untuk mencukupi kebutuhan sehari – harinya. Namun setelah munculnya minimarket, terjadi perubahan kebiasaan konsumen untuk membeli kebutuhan sehari-hari, perubahan kebiasaan tersebut terlihat dari mulainya aktivitas berbelanja kebutuhan sehari – hari pada minimarket yang terjadi setiap awal bulan, dimana sebagian konsumen lebih memilih untuk berbelanja kebutuhan sehari – hari di pasar ritel modern dalam jumlah yang tetunta dengan menunjangi kebutuhan sehari – hari selama satu bulan penuh, dan kalau pun kebutuhan sehari – harinya tidak mencukupi satu bulan, sebagian besar mereka tetap memenuhinya dengan berbelanja di minimarket. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah konsumen toko kelontong menurun akibat munculnya minimarket.

Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada para pedagang yang menjadi informan penelitian, yang menunjukkan bahwa para pemilik toko kelontong banyak memiliki tanggungan keluarga, sedangkan sumber penghasilannya sebagian besar digantungkan dari hasil berdagang yang pada akhirnya membuat kondisi sosial – ekonomi keluarga mereka menjadi rendah atau hanya sekedar cukup untuk sehari – hari.

Sedangkan dari segi pola pikir dan jenjang pendidikan yang seadanya membuat ruang gerak mereka terbatas untuk bergerak lebih

kreatif dan masih kurangnya kesadaran bahwa dengan pendidikan seseorang dapat meningkatkan kualitas kondisi kehidupannya, lingkungan berdagang yang sudah melekat pada seorang pedagang seperti menutup lingkungan lainnya dari kehidupan mereka.

Namun dari urian diatas yang mana kehadiran minimarket merugikan pedagang kelontong tetapi ada juga yang sebagian pemilik usaha toko kelontong yang merasakan dampak positif. Dengan keberadaan minimarket – minimarket tersebut, mereka juga tidak jarang membeli keperluan pribadi atau rumah tangga di minimarket yang tidak tersedia diwarung mereka. Dengan kata lain, didalam suatu persaingan ada keuntungan dan kerugian baik dari pihak yang tersaingi maupun pihak yang menyaingi seperti pedagang kelontong dan minimarket.

Penelitian yang dilakukan di wilayah Kecamatan Tomoni mengenai Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong. Mempunyai hasil yang sama dari beberapa hasil penelitian terdahulu. Yaitu sejak hadirnya minimarket membawa dampak yang cukup serius. Sertas adanya perizinan dan regulasi pemerintah yang memberi keluasan pada pengusaha minimarket dalam melekspansi usahanya sehingga memberika dampak negatif terhadap kelangsungan usaha para pedagang kelontong.

Jumlah konsumen sangat mempengaruhi keuntungan seorang pedagang. Setelah adanya minimarket, pedagang merasa dirugikan karena pelanggan mereka banyak yang beralih di minimarket. Hal ini ditunjukkan dengan berkurangnya daya beli konsumen dan penurunan pendapatan tiap tahunnya. Walaupun ada pedagang yang tidak merasa

terkena dampak negatif tetapi tetap saja mengakui adanya penurunan omset pada usaha mereka.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang penulis paparkan di bab II kurang lebih sama dengan hasil pembahasan yang penulis paparkan saat ini, bahwasanya perkembangan ritel modern dalam hal ini minimarket yang telah melakukan ekspansi secara tidak langsung dapat merugikan para pemilik usaha toko kelontong. Ditambah dengan implementasi aturan pemerintah yang tidak berjalan dengan semestinya dapat memperparah ekosistem antara pasar tradisional dan pasar modern yang terjadi saat ini.

## BAB V

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

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

1. Implementasi peraturan pemerintah dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendag No. 53 Tahun 2008 tidak berjalan dengan semestinya. Banyak pasal – pasal dalam peraturan tersebut yang tidak terlaksana dengan baik sehingga implementasi peraturan yang tidak terlaksana dapat merugikan banyak pihak, termasuk pelaku usaha toko kelontong yang ada disekitarnya.
2. Keberadaan minimarket memiliki dampak negatif terhadap omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan pada usaha toko kelontong. Penurunan omset pada pemilik toko kelontong masing – masing sebesar 20 sampai 30 persen. Pendapatan pada toko kelontong sebelum hadirnya minimarket di kecamatan Tomoni cenderung cukup stabil, terlihat dengan persaingan antar pedagang toko kelontong saja, dan tidak begitu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Bahkan sebelum adanya minimarket pendapatan para pedagang lumayan meningkat.
3. Upaya yang dilakukan toko kelontong dalam mempertahankan eksistensinya masih sangat minim dan belum dapat bersaing dengan kehadiran minimarket.

## B. Saran

Adapun saran – saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pelaku usaha toko kelontong, sebaiknya melakukan upaya – upaya unruk mempertahankan eksistensi usahanya, misalnya dengan memperbaiki manajemen usaha, menambah modal usaha dan meningkatkan kualitas pelayanan usahanya agar mampu bersaing dengan minimarket.
2. Bagi pemerintah daerah, pemerintah daerah seharusnya membuat peraturan khusu daerah tentang dampak sosial – ekonomi yang disebabkan minimarket agar pendirian minimarket tidak merugikan pihak – pihak lain, seperti usaha mikro, usaha ritel, dan pedagang pasar tradisional. Selain itu, dari peraturan yang sudah ada seharusnya dapat diimplementasikan dengan sebaik mungkin agar perekonomian dapat berjalan seimbang. Terlebih lagi pemerintah seharusnya berpihak pada pedagang kecil dan UMKM sebagai bentuk upaya melestarikan usaha mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrin, M. T. 2011. *Menyusun Rencana Penelitian*. Rajawali Pers : Jakarta
- Asropudin, P. 2013. *Kamus Bisnis dan Kewirausahaan*. Titian Ilmu : Bandung.
- Budiono. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. BPPE : Yogyakarta.
- Hadi, W., dan Hastuti, D. 2011. *Kamus Terbaru Ekonomi dan Bisnis*. Reality Publisher : Surabaya
- Hanafi, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Andi Offset : Yogyakarta
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga – Lembaga Usaha Perdagangan*. 1999. Jakarta : PT. Armas Jaya
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan*. 1998. Jakarta
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing 14<sup>th</sup> Edition*. Pearson : USA
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid Pertama. Erlangga : Jakarta
- Ma'ruf, H. 2012. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Madgalena, M. 2013. *Pedagang Kecil "Warung Dalam Gempuran Ritel Modern"*. Majalah Ilmiah Universitas Pandanaran. Vol. 11. No. 26.
- Malano, H. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Masitoh, E. A. 2013. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional : Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*. Jurnal PMI (Online). Vol. X., No. 2. (<http://scholar.google.co.id>, diakses pada tanggal 9 Agustus 2021)
- Moleong, L. J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya : Bandung
- Nurafnia, W., dan Irawati. 2011. *Dampak Pendirian Minimarket Terhadap Omset Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi (Studi Kebijakan Pertauran Bupati Nomor 16 Tahun 2007 Tentang Minimarket)*. Jurnal Madani. Vol. 2.

- Pastowo, A. 2012. *Menguasai Teknik – Teknik Koleksi Data Kualitatif*. Diva Press: Yogyakarta
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. 2008. Jakarta.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. 2008. Jakarta.
- Permadi, G. 2011. *Pedagang Kaki Lima : Riwayatmu Dulu, Nasibmu Kini !*. Yudhistira : Jakarta
- Purnomo. 2017. *Dampak Ekonomi Pendirian Alfamart Terhadap Toko Kecil di Kota Palangkaraya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 5.
- Raharjo, R. H. 2015. *Analisis Pengaruh Keberadaan Mini Market Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya Studi Kasus Kawasan Semarang Barat Banyumanik Perundungan Kota Semarang*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponogoro Semarang
- Ramdhani, T. 2016. *Potret Bisnis Ritel di Indonesia : Pasar Modern*. Jurnal Economic Review. (Online). Vol. 7. No. 215. (<http://scholar.google.co.id> diakses pada tanggal 10 Agustus 2021)
- Riska. 2018. *Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong Dalam Perspektif Islam Studi Kasus di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar*. Tesis tidak diterbitkan. Makassar : UIN Alauddin Makassar
- Ritel dan Susilo, A., dan Taufik. 2010. *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Pasar Tradisional*. Jurnal Ekonomi. Vol. 2.
- Rusdiah, R. 2019. *Strategi Warung Tradisional Dalam Menghadapai Ekspansi Minimarket Modern di Banjarmasin*. Jurnal Syariah Darussalam. (Online). Vol. 2. No. 2. (<http://iai-darussalam.ac.id> diakses pada tanggal 10 Agustus 2021)
- Setiawan, Jeri. 2010. *Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Kelurahan Klender Kecamatan Duren Sawit*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi (Online), Vol 3, No. 1. (<http://scholar.google.co.id>, diakses pada tanggal 7 agustus 2021).
- Singarimbun, M. 2011. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES : Jakarta
- Soliha, E. 2012. *Analisis Industri Ritel di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. (Online). Vol. 15 No. 2. (<http://media.teliti.com> diakses pada tanggal 9 Agustus 2021)

Sugiono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta :  
Bandung

*Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.* 2009. Jakarta : PT. Armas Jaya

Utomo, dan Joko, T. 2011. *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional vs Modern (Competition of Retail Business : Traditional vs Modern)*. Fokus Ekonomi. Vol. 6. No. 1

Wijayanti, P., dan Wiranto, H. 2011. *Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi. Vol. 4 No. 2



# LAMPIRAN



## LEMBAR WAWANCARA

**“Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur”**

Hari/Tanggal :

Tempat/Waktu :

### A. Identitas diri

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Kota Asal : .....
4. Pendidikan Terakhir : .....
5. Status Pernikahan : .....

### B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama anda buka usaha toko kelontong ?
2. Pekerjaan/usaha apa sebelum toko kelontong ?
3. Adakah usaha lain selain usaha toko kelontong ?
4. Apakah anda setuju dengan berdirinya minimarket di dekat usaha anda ?
5. Apakah keberadaan minimarket berpengaruh terhadap usaha anda ?
6. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya minimarket ?
7. Berapa rata – rata pendapatan anda sebelum adanya minimarket ?
8. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya minimarket ?
9. Apakah ada dampak lain yang disebabkan berdirinya minimarket ?
10. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda

11. Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?





## TRANSKRIP WAWANCARA

### “Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelonrong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur”

Hari/Tanggal : Kamis, 9 Desember 2021

Tempat/Waktu : Toko, 15.40

#### A. Identitas diri

1. Nama : Tahrenre
2. Umur : 50 Tahun
3. Kota Asal : Soppeng
4. Pendidikan Terakhir : SMA
5. Status Pernikahan : Menikah

#### B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama anda buka usaha toko kelontong ?

Jawab : 30 tahun

2. Pekerjaan/usaha apa sebelum toko kelontong ?

Jawab : waktu pertama pindah ke sini langsung buka usaha warung ini

3. Adakah usaha lain selain usaha toko kelontong ?

Jawab : untuk saat ini saya sedang berkebun Bersama dengan suami.

4. Apakah anda setuju dengan berdirinya minimarket di dekat usaha anda

Jawab : kalo saya pribadi nak, setuju setuju saja

5. Apakah keberadaan minimarket berpengaruh terhadap usaha anda

Jawab : saya mungkin kurang tau, karena kurang memperhatikan

6. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya minimarket ?

Jawab : kalau itu saya kurang tau yaa, katanya kalau dengar cerita dari warung lain banyak yang mengeluh, kalo saya sendiri tidak merasa demikian

7. Berapa rata – rata pendapatan anda sebelum adanya minimarket ?

Jawab : 1,5 juta bisa sampai 2 juta lebih

8. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya minimarket ?

Jawab : memang beberapa tahun terakhir agak menurun... sekitar maksimal 1,5 juta

9. Apakah ada dampak lain yang disebabkan berdirinya minimarket ?

Jawab : saya lihat semenjak adanya minimarket dan bangunan – bangunan lain, kampung semakin ramai, makin banyak lalu lalang

10. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : saya sebenarnya tidak terlalu memikirkan yang seperti di sebut, saya jalani sajalah

11. Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda

Jawab : untuk saat ini, untuk menambah pendapatan sehari – hari saya menjual gorengan.

12. Bagaimana pendapat anda soal pemerintah yang memberikan izin berdirinya minimarket ?

Jawab : yah kalau itu memang yang terbaik bagi pemerintah, saya mengikut sajalahh



## LEMBAR WAWANCARA

### “Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelonrong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur”

Hari/Tanggal : Minggu, 12 Desember 2021

Tempat/Waktu : Toko, 15.00

#### A. Identitas diri

1. Nama : Darisa
2. Umur : 62 Tahun
3. Kota Asal : Bone
4. Pendidikan Terakhir : SD
5. Status Pernikahan : Menikah

#### B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama anda buka usaha toko kelontong ?

Jawab : 10 tahun

2. Pekerjaan/usaha apa sebelum toko kelontong ?

Jawab : sebelumnya saya cuma berkebun, untuk menambah penghasilan  
saya coba – coba buka warung.

3. Adakah usaha lain selain usaha toko kelontong ?

Jawab : Cuma ini, selain berkebun

4. Apakah anda setuju dengan berdirinya minimarket di dekat usaha anda ?

Jawab : saya setuju setuju saja

5. Apakah keberadaan minimarket berpengaruh terhadap usaha anda ?

Jawab : bisa dikatakan agak berpengaruh, karena jelas bertambah lagi satu saingan jualan.

6. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya minimarket ?

Jawab : yahh otomatis pelanggan kita agak berkurang karena bertambah lagi saingan.

7. Berapa rata – rata pendapatan anda sebelum adanya minimarket ?

Jawab : yahh sekitar sejutaan perhari dapat kadang klo lagi ramai bisa sampai 1 juta lebih

8. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya minimarket ?

Jawab : yahh sekitaran satu jutaan tidak lebih

9. Apakah ada dampak lain yang disebabkan berdirinya minimarket ?

Jawab : mungkin dampaknya karena letak toko saya yang kurang strategis

10. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : untuk saat ini belum ada

11. Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : yahh itu tadi untuk saat ini belum ada, tapi rencananya saya mau tambah barang lagi yang tidak ada dijual di minimarket.

12. Bagaimana pendapat anda soal pemerintah yang memberikan izin berdirinya minimarket ?

Jawab : saya sepakat saja kalau itu keputusan pemerintah, tapi mungkin kami juga pedagang kecil diperhatikan.



## LEMBAR WAWANCARA

### “Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelonrong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur”

Hari/Tanggal : Rabu, 15 Desember 2021

Tempat/Waktu : Toko, 14.30

#### A. Identitas diri

1. Nama : Hatija
2. Umur : 42 Tahun
3. Kota Asal : Luwu Timur
4. Pendidikan Terakhir : SMA
5. Status Pernikahan : Belum Menikah

#### B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama anda buka usaha toko kelontong ?

Jawab : 14 Tahun

2. Pekerjaan/usaha apa sebelum toko kelontong ?

Jawab : hanya ini usaha saya

3. Adakah usaha lain selain usaha toko kelontong ?

Jawab : selain jualan ini, saya juga jualan baju dan kerudung

4. Apakah anda setuju dengan berdirinya minimarket di dekat usaha anda ?

Jawab : sebenarnya tidak setuju, tapi kita mau bagaimana lagi

5. Apakah keberadaan minimarket berpengaruh terhadap usaha anda ?

Jawab : saya rasa berpengaruh

6. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya minimarket ?

Jawab : yahh Namanya persaingan otomatis pelanggan saya pasti berkurang

7. Berapa rata – rata pendapatan anda sebelum adanya minimarket ?

Jawab : dalam sehari pendapatan saya bisa sampai 1.5 juta ke atas

8. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya minimarket ?

Jawab : paling tinggi satu jutaan lebih lah kalau saya hitung – hitung

9. Apakah ada dampak lain yang disebabkan berdirinya minimarket ?

Jawab : yahh karena warung saya sangat berdekatan dengan minimarket jadinya persaingan lebih berpengaruh

10. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : tentu ada

11. Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : saya jualan pakaian sama kerusung untuk saling menutupi modal dari kedua jualan saya, supaya tidak berharap pada satu jualan saja.

12. Bagaimana pendapat anda soal pemerintah yang memberikan izin berdirinya minimarket ?

Jawab : sebelum memberikan izin, semestinya pemerintah juga perlu memperhatikan lokasi kami yang pedagang kecil agar tidak terlalu berdekatan dengan minimarket.



## LEMBAR WAWANCARA

**“Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelonrong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur”**

Hari/Tanggal : Sabtu, 18 Desember 2021

Tempat/Waktu : Toko, 15.00

### A. Identitas diri

1. Nama : Firmansyah
2. Umur : 40 Tahun
3. Kota Asal : Bima
4. Pendidikan Terakhir : SMA
5. Status Pernikahan : Menikah

### B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama anda buka usaha toko kelontong ?

Jawab : sudah sekitar 14 tahun

2. Pekerjaan/usaha apa sebelum toko kelontong ?

Jawab : sebelumnya saya bekerja jadi sales barang pecah belah keliling kampung menawarkan barang

3. Adakah usaha lain selain usaha toko kelontong ?

Jawab : selain ini saya juga beternak kambing di belakang rumah

4. Apakah anda setuju dengan berdirinya minimarket di dekat usaha anda ?

Jawab : saya tidak setuju, sampai saya jengkel malahan

5. Apakah keberadaan minimarket berpengaruh terhadap usaha anda ?

Jawab : pendapatan saya berkurang sejak adanya minimarket ini

6. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya minimarket ?

Jawab : yahh itu tadi pendapatan saya semakin berkurang, saya juga kehilangan beberapa pelanggan yang biasanya datang ke warung

7. Berapa rata – rata pendapatan anda sebelum adanya minimarket ?

Jawab : sebelum adanya minimarket itu bisa sampai 2 juta perhari

8. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya minimarket ?

Jawab : kalau saat ini cuma bisa sampai 500 ribu sampai 1 jutaan

9. Apakah ada dampak lain yang disebabkan berdirinya minimarket ?

Jawab : letak warung saya yang sangat berdekatan dengan minimarket sehingga pelangga banyak yang belanja di minimarket

10. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : untuk saat ini belum ada

11. Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

Jawab : untuk saat ini saya berjualan bensin eceran kebetulan dekat dengan pom bensin, ini saya lakukan untuk menambah pendapatan saya dan dapat di putar sebagai modal usaha lagi.

12. Bagaimana pendapat anda soal pemerintah yang memberikan izin berdirinya minimarket ?

Jawab : saya sangat menolak pemerintah memberikan izin minimarket karna dapat merugikan kami sebagai warung yang harus bersaing, kami ini sudah banyak saingan sesama pedagang ditambah lagi minimarket.



## LEMBAR WAWANCARA

### “Dampak Kebijakan Perizinan Ekspansi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelonrong di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur”

Hari/Tanggal : Selasa, 21 Desember 2021

Tempat/Waktu : Rumah Informan, 13.40

#### A. Identitas diri

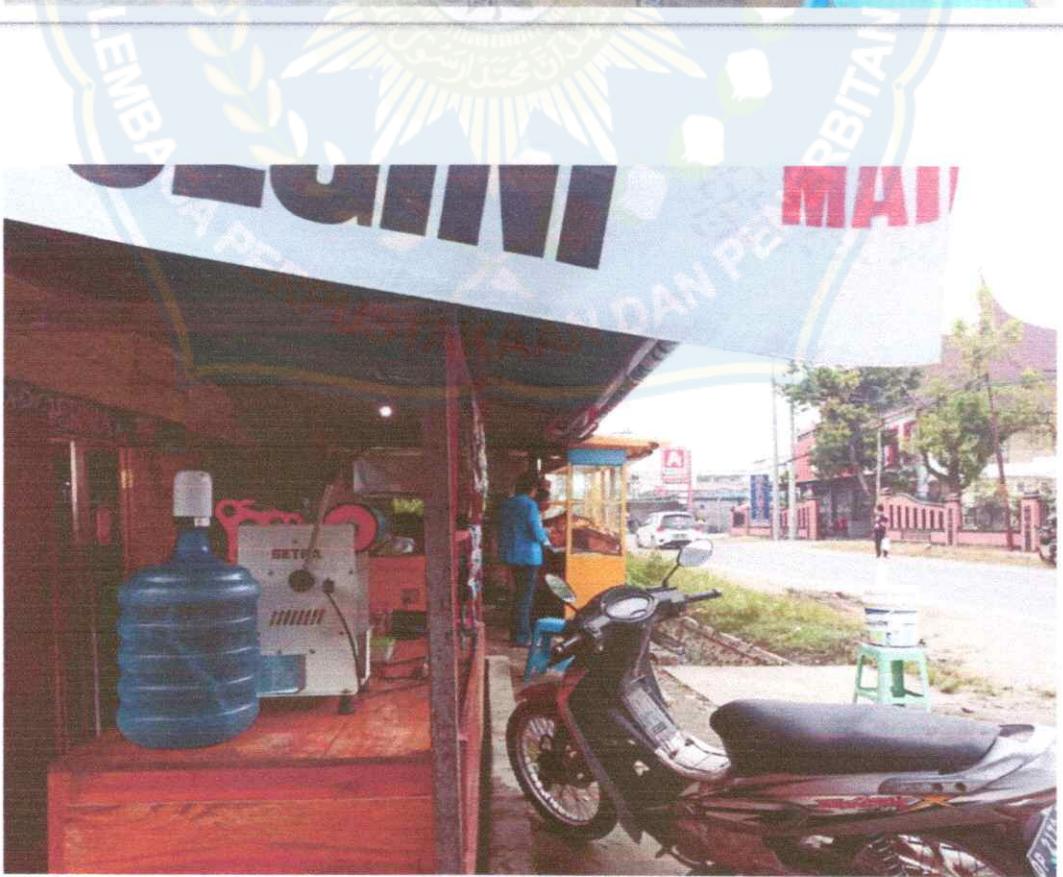
1. Nama : Daswar
2. Umur : 38 Tahun
3. Kota Asal : Bone
4. Pendidikan Terakhir : SMA
5. Status Pernikahan : Belum menikah

#### B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama anda buka usaha toko kelontong ?
2. Pekerjaan/usaha apa sebelum toko kelontong ?
3. Adakah usaha lain selain usaha toko kelontong ?
4. Apakah anda setuju dengan berdirinya minimarket di dekat usaha anda ?
5. Apakah keberadaan minimarket berpengaruh terhadap usaha anda ?
6. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha anda setelah berdirinya minimarket ?
7. Berapa rata – rata pendapatan anda sebelum adanya minimarket ?
8. Berapa rata – rata pendapatan anda sesudah adanya minimarket ?
9. Apakah ada dampak lain yang disebabkan berdirinya minimarket ?
10. Adakah upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?

11. Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mempertahankan usaha anda ?













**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR  
KECAMATAN TOMONI**

Jln. Pamong Praja No. 02 No. Telp : (0473) 25101 Kode Pos : 91972

Tomoni, 09 November 2021

Nomor : 070/ 471 /XI/KTM  
Lampiran : -  
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada  
Yth Camat Tomoni  
di  
Tempat

Berdasarkan Surat dari Dekan Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 298/ DPMPTSP/XI/2021, tanggal 05 November 2021 tentang Permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang namanya tersebut dibawah ini saudara :

Nama	: AHMAD MUFLIH
Nim	: 105711117716
Tempat/Tanggal Lahir	: Palopo, 11 Juni 1997
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Pekerjaan	: Mahasiswa Muhammadiyah Makassar
Alamat Penelitian	: Kantor Kecamatan Tomoni

Bermaksud untuk melakukan Penelitian di Kantor Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur dalam rangka pelaksanaan Penyusunan Skripsi dengan Judul :

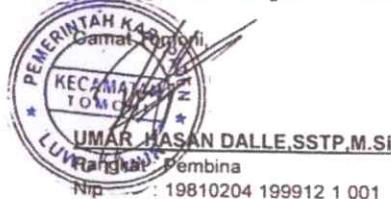
**"DAMPAK KEBIJAKAN PERIZINAN EKSPANSI MINIMARKET TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA TOKO KELONTONG KECAMATAN TOMONI KABUPATEN LUWU TIMUR"**

Mulai : 05 November 2021 s/d 05 Januari 2022

Pada prinsipnya Pemerintah Kecamatan menyetujui dan merekomendasikan Izin Penelitian di maksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang – undangan yang berlaku dan mengidahkan Adat Istiadat Daerah setempat.
4. Rekomendasi ini berlaku dari Tanggal 10 November 2021
5. Melaporkan hasilnya selambat – lambatnya 3 (tiga) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Camat Tomoni.
6. Surat Izin penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat Izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian rekomendasi ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



**Tembusan Kepada YTh.**

1. Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan ) di Malili,
2. Ketua DPRD Luwu Timur di Malili,
3. Kadis Dikbudparmudra Kab. Luwu Timur di Malili,
4. Universitas Muhammadiyah Makassar,
5. Sdr (i) Ahmad Muflih di Tempat.



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Jln. Soekarno-Hatta HP. 08 12345 777 56  
email : kppt@luwutimurkab.go.id | website : dpmpfsp.luwutimurkab.go.id  
M A L I I, 92981

Malili, 5 November 2021

Nomor : 298/DPMPTSP/XI/2021 Kepada  
Lampiran : - Yth Camat Tomoni  
Perihal : Izin Penelitian Di -  
Kab. Luwu Timur

Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 5 November 2021 Nomor 298/KesbangPol/XI/2021, tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama	: Ahmad Muflih *
Alamat	: Dsn Bulu-Bulu Kel. Tomoni Kec. Tomoni
Tempat / Tgl Lahir	: Palopo / 11 Juni 1997
Pekerjaan	: Mahasiswa(S1)
Nomor Telepon	: 82397754210
Nomor Induk Mahasiswa	: 105711117716
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Lembaga	: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/Instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul:

**"DAMPAK KEBIJAKAN PERIZINAN EKSPANSI MINIMARKET TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA TOKO KELONTONG DI KECAMATAN TOMONI KABUPATEN LUWU TIMUR"**

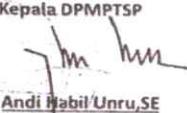
Mulai : 5 November 2021 s.d. 5 Januari 2022

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.

A.n Bupati Luwu Timur  
Kepala DPMPTSP

  
Andi Habib Unru, SE

Pangkat : Pembina Tk.I





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp (0411) 866972, 881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Ahmad Muflih

NIM : 105711117716

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	2 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan  
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan  
seperlunya.

Makassar, 9 Agustus 2022 ✓

Mengetahui



BAB I Ahmad.Muflih 105711117716

ORIGINALITY REPORT

10%  
SIMILARITY INDEX  
Ranking

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	javarakminimarket.com Internet Source	2%
2	repository.widyatama.ac.id Internet Source	2%
3	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%
4	lasboi.blogspot.com Internet Source	2%
5	text-id.123dok.com Internet Source	2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On

BAB II Ahmad Muflih 105711117716

ORIGINALITY REPORT

24%  
SIMILARITY INDEX

26%  
INTERNET SOURCES

6%  
PUBLICATIONS

25%  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.termpaperwarehouse.com">www.termpaperwarehouse.com</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://Repository.umn.ac.id">Repository.umn.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://websantri.com">websantri.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://journal.peradaban.ac.id">journal.peradaban.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://repository.uhn.ac.id">repository.uhn.ac.id</a> Internet Source	2%
7	<a href="http://yunitapeberiani.blogspot.com">yunitapeberiani.blogspot.com</a> Internet Source	2%
8	<a href="http://ejournalwiraraja.com">ejournalwiraraja.com</a> Internet Source	2%
9	<a href="http://jmm.unram.ac.id">jmm.unram.ac.id</a> Internet Source	2%

BAB III Ahmad Muflih 10571117716

ORIGINALITY REPORT

9%  
SIMILARITY INDEX

9%  
INTERNET SOURCES

16%  
PUBLICATIONS

12%  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- |   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | journal.stianasional.ac.id<br>Internet Source    | 4% |
| 2 | hukum.studentjournal.ub.ac.id<br>Internet Source | 3% |
| 3 | digilib.unila.ac.id<br>Internet Source           | 2% |

Exclude quotes

Or

Exclude matches

Exclude bibliography

On



BAB IV Ahmad Muflih 105711117716  
ORIGINALITY REPORT

2%  
SIMILARITY INDEX

turnitin.com  
2%  
INTERNET SOURCES

0%  
PUBLICATIONS

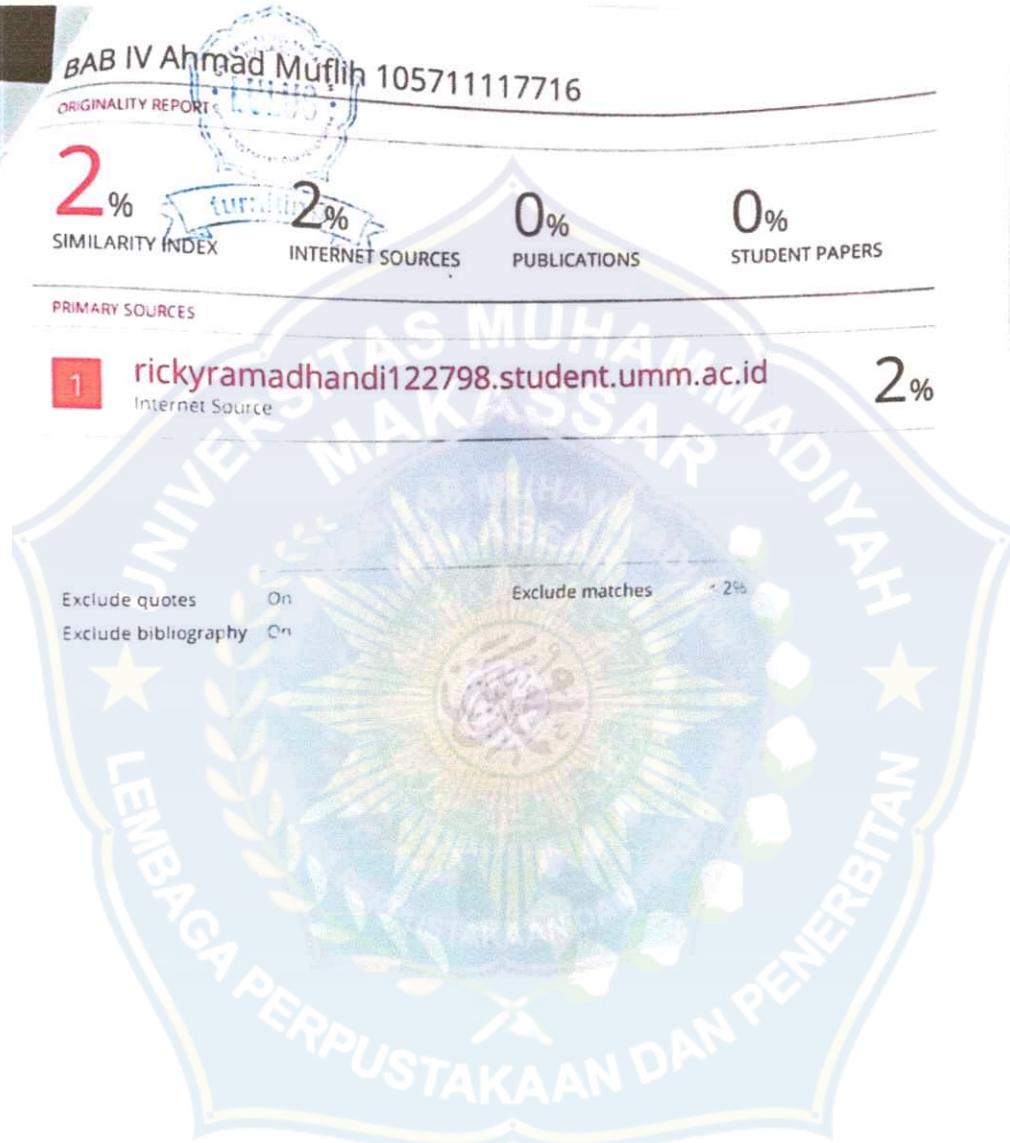
0%  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 rickyramadhandi122798.student.umm.ac.id  
Internet Source 2%

Exclude quotes On  
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BAB V Ahmad Muflih 105711117716

ORIGINALITY REPORT

5%  
SIMILARITY INDEX

5%  
INTERNET SOURCES

0%  
PUBLICATIONS

0%  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[ejournal.mandalanursa.org](http://ejournal.mandalanursa.org)  
Internet Source

5%

Exclude quotes On  
Exclude bibliography On

Exclude matches 1.2%



## BIODATA PENULIS



AHMAD MUFLIH yang biasa disapa CHOMS, lahir pada tanggal 11 Juni 1997 di Kota Palopo. Merupakan anak dari pasangan Naharuddin dan Rosmina. Penulis memulai pendidikan formal di SDN 175 Kuwarasan Kelurahan Tomoni pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2009. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan

ke jenjang sekolah menengah pertama di SMP IT Wahdah Islamiyah Makassar pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 8 Luwu Timur pada tahun 2012 dan lulus 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar Program S1 Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penulis telah mengikuti berbagai organisasi ekstrakurikuler sejak sekolah dasar hingga sekolah menengah atas seperti kegiatan Pramuka dengan menjabat sebagai sekretaris umum organisasi pramuka. Selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar Jurusan Ekonomi Pembangunan (HIMAJEP) penulis menjabat sebagai anggota divisi kesekretariatan periode 2018-2019. Kemudian pada tahun 2022 penulis berhasil mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) dengan judul skripsi "Peran Dinas Koperasi dalam Memberdayakan Usah Mikro Kecil dan Menengah pada Masa Pandemi Covid-19 Kabupaten Pinrang".