

Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Usaha Mikro Toko Kelontong dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Fitrah Nul Qadri, M. Hasibuddin, Andi Darmawangsa

Fakultas Agama Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Universitas Muslim Indonesia Makassar
Email: mhasibuddin@umi.ac.id

Abstract

This study discusses the Impact of Minimarket Presence on Traditional Grocery Stores from the perspective of Sharia economics and the efforts of grocery store owners to maintain their existence. As we are aware, minimarkets have proliferated extensively, penetrating residential areas and posing a significant challenge to traditional grocery stores due to their rapid growth in Indonesia, particularly through the franchise concept. The aim of this research is to examine the extent of the impact of minimarket presence on micro-enterprises, specifically traditional grocery stores, and the efforts they make to sustain their existence despite being located near minimarkets. This research adopts a qualitative research methodology. Once data is successfully collected from both primary and secondary sources, it will be qualitatively analysed, providing concrete descriptive explanations to address the research questions, and then drawing conclusions. The findings indicate that the presence of minimarkets has a significantly negative impact on traditional grocery stores. This can be observed from the large number of customers shifting to minimarkets, the decrease in sales turnover, and the multitude of marketing strategies employed by minimarkets that traditional store owners are unable to match.

Keywords: *Minimarket, Traditional Grocery Stores, Sharia Economics.*

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong dalam perspektif ekonomi syariah serta upaya pemilik usaha kelontong untuk mempertahankan eksistensinya. Dimana kita sudah mengetahui bahwa minimarket sudah sangat menjamur yang sudah memasuki wilayah-wilayah pemukiman dan sangat meresahkan bagi usaha toko kelontong karena pertumbuhan minimarket cukup pesat di Indonesia dengan menggunakan konsep waralaba. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana dampak keberadaan minimarket terhadap usaha mikro dalam hal ini yang peneliti maksud adalah toko kelontong serta apa saja upaya yang mereka lakukan untuk mempertahankan eksistensinya karena lokasi yang berdekatan dengan minimarket. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, setelah data berhasil dikumpulkan baik dari data primer dan data sekunder akan dianalisa secara kualitatif yaitu memberikan penjelasan-penjelasan konkrit secara deskriptif untuk menentukan jawaban permasalahan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket sangat memberikan dampak negative terhadap toko kelontong. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang beralih ke minimarket dan penurunan omset penjualan serta banyaknya strategi pemasaran yang dilakukan oleh minimarket yang tidak dapat dilakukan oleh para pemilik toko kelontong.

Kata Kunci: *Minimarket, Toko Kelontong, Ekonomi Syariah*

Pendahuluan

Aktifitas perdagangan merupakan salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bermacam-macam. Perdagangan atau jual beli kebanyakan dilakukan di pasar. Pasar tradisional adalah pasar dengan ciri utama terdapat tawar-menawar harga dalam proses jual beli, sedangkan pasar modern merupakan area jual beli yang memiliki harga yang pasti. Pasar modern dibedakan menjadi pusat pembelanjaan dan toko modern. Pusat pembelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertical maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pengusaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

Pasar modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah minimarket dengan konsep waralaba. Penyebarannya pun telah memasuki wilayah-wilayah pemukiman. Tumbuh pesatnya minimarket di wilayah pemukiman dengan jarak yang saling berdekatan berdampak buruk bagi usaha mikro terutama pada toko kelontong. Hal ini sangat mempengaruhi preferensi masyarakat untuk menentukan tempat berbelanja. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan minimarket ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita. Saat ini kita dapat menjumpai dengan mudah minimarket di sekitar tempat kita. Dengan tempat yang nyaman dan harga yang tidak kalah menarik tetapi di balik kenyamanan tersebut membuat pedagang toko kelontong mengeluh. Melihat permasalahan di atas dibutuhkan peran pemerintah untuk membantu para pedagang kecil yang berada di sekitar minimarket agar dapat bersaing dan keberadaannya tidak tersingkirkan.

Perkembangan pesat minimarket di Indonesia telah menjadi perhatian serius dalam dunia ekonomi, terutama bagi usaha mikro seperti toko kelontong. Minimarket yang tersebar luas di berbagai

wilayah telah menghadirkan tantangan baru bagi pemilik toko kelontong dalam menjaga kelangsungan usahanya. Dari perspektif ekonomi syariah, keberadaan minimarket menimbulkan pertanyaan tentang keadilan ekonomi dan keberlanjutan usaha mikro. Prinsip-prinsip ekonomi syariah menekankan pentingnya pemerataan ekonomi dan perlindungan terhadap usaha kecil agar terhindar dari dominasi oleh perusahaan besar.

Penetrasi minimarket ke wilayah pemukiman membawa dampak signifikan bagi toko kelontong. Persaingan yang semakin ketat dari minimarket menyebabkan penurunan omset penjualan dan mengancam eksistensi toko kelontong sebagai usaha mikro yang berbasis masyarakat. Sementara itu, pemilik toko kelontong dihadapkan pada berbagai tantangan dalam menjaga daya saingnya, termasuk strategi pemasaran yang lebih terbatas dibandingkan dengan minimarket yang memiliki modal besar untuk promosi dan pengembangan merek. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai dampak keberadaan minimarket terhadap usaha mikro toko kelontong dari perspektif ekonomi syariah. Hal ini tidak hanya relevan untuk memahami perubahan ekonomi mikro, tetapi juga untuk merumuskan kebijakan yang mendukung keberlanjutan usaha mikro dan keadilan ekonomi dalam konteks ekonomi syariah.

Rumusan Masalah

Bagaimana dampak keberadaan minimarket terhadap Toko Kelontong ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah dan Upaya apa yang dilakukan pedagang toko kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dampak keberadaan minimarket terhadap Toko Kelontong ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah dan Upaya apa yang dilakukan pedagang toko kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Lokasi penelitian ini berada di wilayah kelurahan Jongaya, kota Makassar. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pedagang kelontong, serta data sekunder yang berasal dari buku-buku dan data dari pemilik usaha terkait.

Dalam kegiatan penelitian, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, proses analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, pembahasan, serta penyimpulan data dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyaring data, memberi kode, dan menentukan fokus pada hal-hal penting. Setelah itu, data disajikan dalam berbagai bentuk seperti grafik untuk memudahkan pemahaman. Pembahasan dilakukan dengan mendeskripsikan setting, orang-orang, kategori, dan tema-tema yang dianalisis. Penelitian ini juga menyimpulkan data dan melakukan verifikasi untuk menarik kesimpulan yang relevan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Pemilik toko kelontong di kelurahan Jongaya umumnya hanya bersaing dengan pedagang kelontong lainnya saat sebelum adanya minimarket dan hal ini tidak begitu terlalu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Pendapatan pedagang merupakan pendapatan perhari yang dihasilkan oleh pedagang yang terbilang cukup stabil bahkan mengalami peningkatan, kebutuhan sehari-haripun tercukupi karena 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. Terlebih peneliti akui banyaknya jumlah toko kelontong di Kelurahan Jongaya akan tetapi hal ini tidak menyurutkan usaha para pedagang kelontong walaupun banyaknya saingan, walaupun berpengaruh tidak terlalu berdampak bagi para pedagang. Usaha ini juga terbilang tidak terlalu sulit sebab hanya memerlukan modal dan tempat untuk usaha tidak perlu menyewa atau membeli cukup mendirikan usaha di rumah sendiri, oleh karena itu semakin banyak orang membuka usaha yang sama. Namun sekarang ini, para pedagang cukup merasakan dampak secara langsung dari minimarket, dan dengan keterbatasan yang dimiliki oleh toko kelontong tidak memungkinkan untuk bisa bersaing secara baik, yang ada pedagang kelontong akan tersingkir.

Hasil wawancara dan observasi terhadap pemilik toko yang telah peneliti lakukan, dari beberapa informan mengatakan sebelum adanya seperti indomaret dan alfamart, pendapatan mereka dapat dikatakan lumayan. 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 nyaman, harga terjangkau sudah terlihat dengan jelas. Dan tidak perlu bertanya berulang kali mengenai harga, dan fasilitas yang memadai untuk berbelanja, dari pada di toko eceran. Seperti halnya yang kita ketahui bahwa masyarakat merasakan lebih puas jika berbelanja ke minimarket, dan mungkin lebih mudah dijangkau.

Pasar modern 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 atas. Tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan

dengan cara swalayan (konsemen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir).

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai perubahan omset penjualan, perubahan keuntungan dan jumlah konsumen, dimana turunnya omset penjualan secara signifikan jika toko kelontong berada pada jarak dibawah 1 kilometer dengan minimarket. Hal tersebut didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh mudrajad kuncoro, anggota tim ekonomi Kadin (kamar dagang dan industry) Indonesia dalam *Bisnis Indonesia* (2008) mengemukakan bahwa turunnya omset penjualan pedagang kecil secara dahsyat dan semakin signifikan, jika jarak kion atau tokonya dengan toko modern dibawah satu kilometer. Bahwa kehadiran pasar modern memberikan pengaruh negative salah satunya terhadap UMKM sector perdagangan salah satunya toko tradisional yang jaraknya kurang dari satu kilometer dari minimarket mangalami penurunan keuntungan secara signifikan.

Berdasarkan hasil obeservasi jarak toko kelonting dengan minimarket menunjukan, toko kelontong yang jaraknya kurang lebih 1 kilometer dengan minimarket adapun juga yang berpapasan dengan minimarket.

Uraian diatas menunjukan bahwa hasil penelitian menunjukan penurunan omset dan keuntungan toko kelontong dipengaruhi oleh berdirinya minimarket yang berdiri dalam rentang jarak kurang lebih satu kilometer. Dampak dari kebijakan diperbolehkan berdirinya minimarket adalah menurunnya omset pedagang tradisional karna banyak pasal 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 untung pedagang lain dan penempatan/penataan usaha informan.

Berikut ini adalah indikator dampak-dampak yang dialami secara langsung oleh pedagang toko kelontong, yaitu:

1. Penghasilan yang menurun
2. Kurangnya jumlah pelanggan
3. Bangkrut atau gulung tikar (jika jualannya berdekatan dengan minimarket dan beberapa jumlah toko kelontong yang lain)

Upaya apa yang dilakukan pedagang toko kelontong untuk mempertahankan eksistensi usahanya

Dalam tinjauan ekonomi syariah keberadaan minimarket terhadap toko kelontong tersebut merupakan sebagai salah satu persaingan antar jual beli atau di bidang bisnis, selama cara menjualnya sesuai dengan syariat maka diperbolehkan dan tidak melanggar hukum ekonomi syariah.

Upaya yang dilakukan para pedagang kecil toko kelontong dalam mempertahankan usahanya antara lain yaitu dengan cara melengkapi barang dagangan yang ada di toko mereka, menata barang dagangan sedemikian rupa agar lebih kelihatan menarik, memberikan penawaran harga yang lebih murah, memberikan potongan harga khusus pada konsumen yang berbelanja dalam jumlah yang besar, melayani pembelian secara cash dan kredit, serta melakukan perluasan pada usaha mereka.

Strategi dalam menjual penting dimiliki oleh para pedagang umumnya. Pengertian strategi disini, masih sebatas strategi (cara) menjual barang dalam menghadapi persaingan. Para pedagang yang mempunyai pengetahuan lebih tentang para konsumen dan persaingan akan dapat mengembangkan strategi memasarkan (menjual) barang yang tepat untuk mempertahankan konsumennya dan menghadapi pesaingannya. Untuk menghadapi persaingan dengan minimarket, maka para pedagang perlu memiliki strategi khusus karena kenyataannya yang dihadapi saat ini

minimarket lebih eksistensi dari pada pedagang toko kelontong. Maka dari itu perlu adanya strategi dari pedagang mempertahankan pelanggan dan keberadaan usahanya membangun rencana mengubah citra dan khasd yang mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen sebagaimana yang dilakukan oleh minimarket.

Dampak keberadaan minimarket terhadap toko kelontong yang dialami oleh pedagang toko akan maraknya minimarket sangat beralasan. Dengan modal yang sangat 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, distribution center sendiri, sampai pemberian diskon besar-besaran terhadap suatu barang. Nahkan 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.

Ditemui juga informasi dari para pedagang yang dijadikan informan penelitian bahwa ternyata mereka pun tidak hanya merasa tersaingi atau terancam terhadap munculnya minimarket disekitarnya, tetapi mereka juga menikmati keberadaan minimarket tersebut, mereka tidak jarang membeli keperluan sehari-hari untuk kebutuhan pribadi atau rumah tangga di minimarket terlebih lagi ketika didapatkan adanya diskon (potongan harga) di minimarket. Dengan kata lain, di dalam suatu persaingan tetap ada keuntungan dan kerugian baik dari pihak yang tersaingi maupun pihak yang menyaingi seperti pedagang eceran dan grosir dengan minimarket.

Penelitian yang dilakukan di wilayah Kelurahan Jongaya mengenai Dampak keberadaan minimarket terhadap toko kelontong. Mempunyai hasil yang sama dari beberapa penelitian terdahulu. Yaitu sejak hadirnya minimarket membawa dampak yang cukup serius berupa dampak negative terhadap kelangsungan usaha para pedagang.

Jumlah pelanggan sangat mempengaruhi keuntungan seorang pedagang. Setelah adanya minimarket, pedagang merasa dirugikan karena pelanggan mereka banyak yang beralih ke minimarket. Hal ini di tunjukkan oleh berkurangnya daya beli konsumen dan penurunan pendapatan tiap tahunnya, serta beberapa pedagang yang tdk berdampak negatif tapi tetap saja mengalami penurunan penghasilan pada usaha mereka dan cukup berdampak buruk bagi usaha mereka

Penutup

Keberadaan minimarket memiliki dampak negative terhadap omset, pendapatan, dan jumlah pelanggan pada usaha toko kelontong. Penurunan omset pada toko kelontong masing-masing sebesar 25-50%. Selain penurunan omset dan pendapatan usaha toko kelontong juga mengalami penurunan jumlah pelanggan. Adapun upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha toko kelontong masih sangat minim, bahkan tidak ada upaya yang berarti dalam usaha mempertahankan eksistensi usahanya. Sebaiknya para pelaku usaha kelontong melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan eksistensi usahanya, misalnya dengan memperbaiki manajemen usaha, menambah modal usaha dan meningkatkan kualitas pelayanan usahanya agar mampu. Pemerintah daerah seharusnya membuat peraturan daerah tentang minimarket agar pendirian minimarket tidak merugikan pihak-pihak lain, seperti pedagang pasar tradisional dan usaha mikro. Selain itu, dari peraturan yang telah ada seharusnya dapat diimplementasikan dengan sebaik mungkin agar perekonomian dapat berjalan seimbang. Pemerintah seharusnya berpihak pada pedagang kecil dan berupaya turut melestarikan usaha mereka.

Daftar Pustaka

Akhmat Mujahidin, *Ekonomi Islam, Konsep, Instrumen Negara dan pasar*, cet, ke II (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013)

Dedi Rahman, dkk Dampak Keberadaan Waralaba Minimarket terhadap Kelangsungan Toko di Sekitarnya, 2012.

Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Dr. Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, Fiqh Muamalah, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2012)

Diriwayatkan oleh Al Hakim Kitab Buyu Bab Hadits Ismail Bin Ja'far bin Abi Katsir no 2158 Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, 2008

Gamazi Andi, Rahasia Sukses Menjadi Pengusaha Minimarket, (Jakarta Selatan: PT Serambi Distribusi, 2015).

Hendri Ma'ruf, Pemasaran Ritel, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005).

Herman Malano, Selamatkan Pasar Tradisional, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2011)

<http://akuntansisifreeline.blogspot.com>, di akses pada tanggal 10 Februari 2022.

<http://journal.stiemkop.ac.id/Seiko>, di akses pada tanggal 25 Februari 2022.

<http://mohammadbahrudin.blogspot.com/2013/11/karakteristik-sistem-penjualanbarang.html>, di akses pada tanggal 27 Februari 2022.

<https://accurate.id/aplikasi-kasir/kelontong-adalah/> di akses pada tanggal 10 Agustus 2022.

<https://id.m.wikipedia.org> , Diakses pada tanggal 12 juli 2022

<https://accurate.id/aplikasi-kasir/kelontong-adalah/>. Diakses pada tanggal 12 Juli 2022

<https://kajianpustaka.com>, Diakses pada tanggal 19 juli 2022

<https://prinsip-prinsip-dasar-ekonomi-syariah>, Diakses pada tanggal 19 juli 2022

<https://ekonomi-islam.com/transaksi-yang-dilarang-dalam-islam/>, diakses pada tanggal 7 Agustus 2022

<https://www.infoterkini24.com>, Diakses pada tanggal 19 september 2022

Imam Mustofa, Fiqh Mu'amalah Kontemporer, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016).

Jurnal eis, Peta Persaingan Bisnis Ritel di Inonesia, (Jakarta: Media Data, 2009).

Masduki, Fiqh Muamalah Madiyah, 1986. Mari Singarimbun, Metode Penelitian Survai, (Jakarta : LP3ES, 2011), hal. 192

Muhammad Daud Ali, Lembaga-lembaga Di Indonesia, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995)