JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS
Vol.16, No.2, Desember 2023
e-ISSN: 2614-8870; p-ISSN: 1979-0155, Hal 365-383
DOI: https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2

Analisis Strategi Eksistensi Toko Kelontong Dalam Menghadapi Perkembangan Pasar Modern Di Kabupaten Tebo

Windi Herlin Dera [1], Faturahman[2], Atar Satria Fikri [3]
[1 2 3] Ekonomi syariah, UIN Sulthan Thaha Saifudin Jambi
Email : [1]windihd2912@gmail.com, [2]faturahman@uinjambi.ac.id , [3]atarsatria@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Agustus 2023
Received in revised form 2 Oktober 2023
Accepted 10 November 2023
Available online Desember 2023

ABSTRACT

The role of modern markets, especially Alfamart and Indomaret in Indonesia, is getting bigger and is expected to eventually replace grocery stores. The existence of modern markets also raises different perceptions from every circle of society. There are some groups of people who view the existence of modern markets positively. For example, for the upper middle class, the existence of modern markets is very beneficial because they can shop comfortably and freely in modern markets. The existence of this modern market can also affect the income of traditional market traders. One of the most important factors for Grocery Store entrepreneurs is the revenue generated from their profits to maintain business continuity. The purpose of this study is to determine the strategy for the existence of grocery stores in dealing with the development of modern markets in Tebo district. In this study the method used was qualitative method by checking the validity of the data using the triangulation technique and the method of collecting data was using observation and interviews. The informants in this study were five traders and five consumers. Based on the results of this study, it shows that the existence of Alfamart/Indomaret in Tebo Tengah District, Tebo Regency has an impact on income and the number of consumers of grocery store traders, but grocery store traders try to survive by adding side businesses so that their business continuity is maintained.

Keywords: Existence, Consumer Satisfaction, Business Ethics in Islam, Market

Received Agustus 30, 2023; Revised Oktober 2, 2023; Accepted November 10, 2023
**Corresponding author, e-mail address: windihd2912@gmail.com*

Abstrak

Peran pasar modern khususnya Alfamart dan Indomaret di Indonesia semakin besar dan diperkirakan pada akhirnya akan menggeser Toko Kelontong. Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda dari setiap kalangan masyarakat. Ada sebagian kelompok masyarakat yang memandang keberadaan pasar modern secara positif. Misalnya, bagi kalangan menengah ke atas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Keberadaan pasar modern ini juga dapat mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional. Salah satu faktor terpenting bagi pengusaha Toko Kelontong adalah pendapatan yang dihasilkan dari keuntungan mereka untuk menjaga kelangsungan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi eksistensi Toko Kelontong dalam menghadapi perkembangan pasar modern di Kabupaten Tebo. Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pengecekan keabsahan data dengan teknik *Triangulasi* dan metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini yaitu lima pedagang dan lima konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya Alfamart/Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo berdampak terhadap pendapatan dan jumlah konsumen pedagang Toko Kelontong, akan tetapi pedagang Toko Kelontong mencoba untuk bertahan dengan cara menambah usaha sampingan agar kelangsungan usahanya tetap terjaga..

Kata Kunci: Eksistensi, Kepuasan Konsumen, Etika Usaha dalam Islam, Pasar**.**

1. PENDAHULUAN

Menurut Islam, bisnis baik untuk individu dan masyarakat dan merupakan kegiatan yang sangat menguntungkan, legal dan diperbolehkan[1]. Dagang atau jual beli menurut ulama Hanafiah adalah tukar menukar *maal* (barang atau harta) dengan *mall* yang dilakukan dengan cara tertentu atau tukar menukar barang yang bernilai dengan semacamnya dengan cara yang sah dan khusus, dengan ijab qabul ataupun *mu'aathaa* (tanpa ijab qabul)[2]. Berdagang atau berniaga diungkapkan dalam Al-Qur'an sebagai pekerjaan dan mata pencaharian yang baik. Allah SWT telah menghalalkan praktek jual beli yang sesuai dengan ketentuan dan syari'atnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَوا (البقرة : ٢٧٥)

Artinya: ".....Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....." (Q.S. Al-Baqarah [2]: 275).[3]

Nabi dengan jelas menyatakan bahwa jual beli adalah perdagangan atau penghidupan yang paling baik, ketika ditanya oleh seorang sahabat Nabi: "Pekerjaan apa yang paling baik wahai Rasulullah? Beliau menjawab: seseorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih" (HR. Ahmad).[4]

[1] Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), 18.

[2] Dawam, "Berdagang adalah bagian dalam Islam" 14 Kompasiana, 2021. Accessed Desember 20, 2022

[3] Al-Qur'anul Karim Tafsir Perkata Tajwid Kode Arab: *The Holy Qur'an Alfatih,* 2:275, 47.

[4] Jeni Riefsen "Pengaruh Usaha Indomaret Terhadap Usaha Pedagang Kelontong di Kota Bengkulu Ditunjau Dari Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2017), 14.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

Toko Kelontong adalah toko yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari[5]. Produk yang dijual biasanya, seperti peralatan dan kebutuhan rumah tangga, sembako, bumbu dapur, minuman, makanan ringan, peralatan mandi dan lain sebagainya.

Pasar modern adalah pasar yang telah dioperasikan oleh manajemen modern, seperti supermarket, minimarket, mall dan sebagainya. Contohnya yang sering dijumpai pada saat ini yaitu Alfamart dan Indomaret. Jenis barang yang dijual sangat beragam[6]. Barang yang dijual akan melalui penyeleksian terlebih dahulu. Hanya produk yang memenuhi persyaratan klasifikasi yang akan dijual, sehingga kualitas produk yang dijual relatif terjamin. Pasar modern biasanya memiliki persediaan barang yang terukur. Jika dilihat dari segi harga, di Alfamart dan Indomaret memiliki label harga yang sudah pasti. Alfamart dan Indomaret juga sudah banyak tersebar luas di kota-kota besar maupun desa-desa.

Toko Kelontong banyak diminati orang sebagai salah satu usaha rumahan. Usaha Toko Kelontong ini tergolong usaha yang tidak begitu susah karena modal yang begitu 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. Terjadinya persaingan antara Toko Kelontong dengan Alfamart dan Indomaret karena keduanya sama-sama menjual kebutuhan sehari-hari, hanya model pelayanan dan fasilitas yang berbeda.[7]

kehidupan modern seperti saat ini, Toko Kelontong harus bersaing dengan pasar modern, hal ini tentu menjadi tantangan besar bagi Toko Kelontong[8]. Masyarakat dengan gaya hidup yang modern lebih menyukai pasar yang bersih, nyaman dan memiliki sistem pengelolaan strategis, seperti Alfamart dan Indomaret. Selain itu, Alfamart dan Indomaret menawarkan *one-stop shopping*, yang mana di Alfamart dan Indomaret menjual berbagai macam produk yang sudah dibilang cukup lengkap. Apa lagi saat ini pembayaran seperti listrik, air, shopee dan lain sebagainya bisa di lakukan di Alfamart dan Indomaret, jadi konsumen dapat berbelanja kebutuhan dengan mudah, tidak susah payah mencari barang yang ingin dibeli tentu ini sangat menghemat tenaga dan waktu. Alfamart dan Indomaret tentu mempermudah pembayaran dan membuat belanja lebih nyaman.

Toko Kelontong sangat berbeda dengan pasar modern dikarenakan pembeli tidak bisa mengambil sendiri barang belanjaannya di rak yang sudah disediakan seperti di Alfamart dan Indomaret karena rak toko yang belum modern dan bersifat tradisional. Disisi lain, Toko Kelontong masihh berhadapan dengan masalah pengelolaan yang kurang profesional dan kurang nyaman untuk para konsumen, seperti tempat yang panas, layanan yang kurang memuaskan dan lain sebagainya. Perbedaan ini merupakan keunggulan bagi salah satu pasar modern, yaitu Alfamart dan Indomaret. Keunggulan ini tentu lebih diminati masyarakat untuk berbelanja di Alfamart dan Indomaret.

Peran pasar modern khususnya Alfamart dan Indomaret di Indonesia semakin besar dan diperkirakan pada akhirnya akan menggeser Toko Kelontong. Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda dari setiap kalangan masyarakat. Ada sebagian kelompok masyarakat yang memandang keberadaan pasar modern secara positif. Misalnya, bagi kalangan menengah ke atas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern.

Keberadaan pasar modern ini juga dapat mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional. Salah satu faktor terpenting bagi pengusaha Toko Kelontong adalah pendapatan yang dihasilkan dari keuntungan mereka untuk menjaga kelangsungan usaha. Penghasilan pedagang digunakan untuk menambah modal atau memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Tingkat kesejahteraan seseorang ditentukan oleh pendapatan yang diperolehnya. Laba usaha yang menurun akan mempengaruhi kelangsungan usaha Toko Kelontong.

Perkembangan pasar modern di Provinsi Jambi hingga saat ini mengalami perkembangan yang begitu pesat, sudah banyak sekali gerai-gerai minimarket modern yang tersebar luas hingga

[5] Ardito Wahyu Octian "Apa itu toko kelontong" Mitra Bukalapak, 2022, 14, accessed Maret 16, 2023.

[6] Harzansyah "*Dampak Keberadaan*", 2.

[7] Purnomo "Dampak Ekonomi Pendirian Alfamart Terhadap Toko Kecil di Kota Palangka Raya" Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, 2017), 1.

[8] Ratna Novitasari "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional (Studi Kasus Pasar Pancor Lombok Timur)" (Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram, 2020), 15.

menggeser Toko-Toko Kelontong[9]. Khususnya di daerah Kabupaten Tebo, sudah banyak berdiri gerai-gerai modern seperti Alfamart/Indomaret dan toko-toko yang sudah maju dan terbilang cukup modern yang berdekatan dengan Toko Kelontong. Sehingga membuat Toko-Toko Kelontong yang kecil harus berusaha agar tetap mempertahankan kelangsungan usahanya.

Tabel 1.1.

Jumlah Toko Kelontong di Kabupaten Tebo

No	Kecamatan	Jumlah
1	Tebo Ilir	450
2	Muara Tabir	270
3	Tebo Tengah	630
4	Sumay	120
5	Tengah Ilir	251
6	Rimbo Bujang	1120
7	Rimbo Ulu	550
8	Rimbo Ilir	361
9	Tebo Ulu	415
10	VII Koto	115
11	Serai Serumpun	105
12	VII Koto Ilir	342

(Sumber: Dinas Perindustrian Perdagangan dan Tenaga Kerja Kabupaten Tebo)

Berdasarkan hasil jumlah pedagang di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo yang bersumber dari Dinas Perindustrian Pedagang dan Tenaga Kerja Kabupaten Tebo[10], yaitu Tebo Ilir terdapat 450 pedagang, Muara Tabir terdapat 270 pedagang, Tebo Tengah terdapat 630 pedagang, Sumay terdapat 120 pedagang, Tengah Ilir terdapat 251 pedagang, Rimbo Bujang terdapat 1120 pedagang, Rimbo Ulu terdapat 550 pedagang, Rimbo Ilir terdapat 361 pedagang, Tebo Ulu terdapat 415 pedagang, VII Koto terdapat 115 pedagang, Serai Serumpun terdapat 105 pedagang, dan VII Koto Ilir terdapat 342 pedagang.

Tabel 1.2.

Jumlah Alfamart dan Indomaret di Kabupaten Tebo

No	Nama Kecamatan	Alfamart	Indomaret	Total
1	Tebo Ilir	3	1	4
2	Muara Tabir	0	0	0
3	Tebo Tengah	3	4	7
4	Sumay	0	0	0
5	Tengah Ilir	1	0	1
6	Rimbo Bujang	10	2	12
7	Rimbo Ulu	1	0	1
8	Rimbo Ilir	1	1	2
9	Tebo Ulu	2	0	2
10	VII Koto	0	0	0
11	Serai Serumpun	0	0	0
12	VII Koto Ilir	0	0	0

(Sumber: Dinas Perindustrian Perdagangan dan Tenaga Kerja Kabupaten Tebo)

[9] Iliyas, Dahmiri dan Ade Titi Nifita, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus NIKIMI Mart Tebo)", *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 9, No. 2 (Mei-September 2021) : 100.

[10] Muri, Pegawai di "*Dinas Perindustrian Perdagangan dan Tenaga Kerja Kabupaten Tebo"*

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

Berdasarkan hasil jumlah Alfamart dan Indomaret di Kabupaten Tebo yang bersumber dari Dinas Perindustrian Pedagang dan Tenaga Kerja Kabupaten Tebo, semakin berkembangnya pasr modern di Kabupaten Tebo, yaitu Tebo Ilir terdapat 3 Alfamart dan 1 Indomaret, Muara Tabir tidak ada Alfamart dan Indomaret, Tebo Tengah terdapat 3 Alfamart dan 4 Indomaret, Sumay tidak ada Alfamart dan Indomaret, Tengah Ilir terdapat 1 Alfamart, Rimbo Bujang terdapat 10 Alfamart dan 2 Indomaret, Rimbo Ulu terdapat 1 Alfamart, Rimbo Ilir terdapat 1 Alfamart dan 1 Indomaret, Tebo Ulu terdapat 2 Alfamart, VII Koto tidak ada Alfamart dan Indomaret, Serai Serumpun tidak ada Alfamart dan Indomaret, dan VII Koto Ilir tidak ada Alfamart dan Indomaret.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada pedagang Toko Kelontong yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo "Jika dibandingkan dengan Alfamart dan Indomaret, sudah jelas jauh berbeda. Pastinya orang-orang lebih tertarik berbelanja di Alfamart. Apalagi tempatnya yang bersih, pelayanan yang baik dan barang yang ada di Alfamart sangatlah lengkap".[11]

Pedagang Toko Kelontong juga mengakui bahwa omset yang di dapat tidak sebanyak sebelum adanya pasar modern di daerah tersebut. Sebelumnya, pemasukan hanya mengharapkan dari dagangan, hasil tersebut bisa memenuhi kebutuhan keluarganya dan diputar kembali untuk memenuhi dagangan toko. Tapi kini, pedagang Toko Kelontong harus menambah usaha sehingga pemasukan bertambah agar dapat diputar kembali untuk memenuhi dagangan toko dan juga memenuhi kebutuhan keluarganya. Jika mengharapkan pendapatan hanya dari hasil dagangan Toko Kelontong hanya mendapatkan Rp.150.000/harinya, pendapatan ini tentunya tidak dapat menjaga kelangsungan usahanya. Pemilik toko berusaha sangat keras agar kelangsungan tokonya tetap terjaga.

Berdasarkan observasi awal ke Toko Kelontong yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Setelah mengamati secara langsung bahwa keadaan sarana dan prasarana dari Toko Kelontong yang terletak di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo ini sudah cukup untuk mendukung kegiatan jual beli, peneliti menemukan bahwa Toko Kelontong terletak di tepi jalan lalu lintas, dekat dengan pemukiman penduduk, dekat dengan pasar tradisional Kabupaten Tebo, di deretannya terdapat toko-toko yang sudah terbilang cukup besar dan juga terdapat pasar modern di sekitarnya. Jarak lokasi Toko Kelontong ke Alfamart dan Indomaret juga tidak begitu jauh sekitar 100m-500m. Saat ini, begitu banyak bermunculan toko-toko modern seperti Alfamart dan Indomaret yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Bukan hanya satu, tetapi ada beberapa Alfamart dan Indomaret yang berjajar dengan jarak tidak begitu jauh sekitar 1km.

Keadaan sarana dan prasarana di pasar modern sudah sangat memadai, seperti adanya *Air Conditioner* (AC), pelayanan yang baik dan memuaskan, kelengkapan barang dan juga tempat yang nyaman dan bersih. Saat melakukan transaksi pembayaran dapat dilakukan secara debit atau tunai. Transaksi pembayaran juga dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tentunya tidak ada tawar-menawar lagi seperti yang dilakukan di pasar tradisional. Barang-barang yang dijual di pasar modern juga tidak jauh berbeda dengan barang yang dijual di Toko Modern, namun perbedaannya terletak pada kualitas barangnya. Barang yang dijual di pasar modern biasanya lebih berkualitas dibandingkan dengan yang dijual di pasar tradisional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Selpi Yana Br. Ginting (2018) hasil dari penelitian ini yaitu keberadaan minimarket, Alfamart, dan Indomaret berpengaruh nyata terhadap tingkat penghasilan pedagang tradisional di wilayah Talang Kelapa Sumatera Selatan. Dampak yang paling dirasakan pedagang tradisional adalah penurunannya omset yang signifikan, dengan range penurunan omset antara 25% -60%. Sebagian besar mengakui penurunan omset disebabkan karena

[11] Marisa Marisa, "Pedagang Toko Kelontong" Direct, Oktober 19, 2022.

konsumen saat ini lebih memilih berbelanja ke Alfamart maupun Alfamart yang memang lebih lengkap sehingga lebih menarik konsumen untuk berbelanja.[12]

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Arohman (2017) hasil dari penelitian ini yaitu dengan adanya eksistensi dari minimarket ini ternyata telah berdampak sangat besar bagi pedagang kelontong, kehadirannya telah membawa kesengsaraan bagi pedagang kelontong bahkan akan mematikan usaha mereka. Kini minimarket telah menjamur dimana-mana bahkan telah memasuki daerah padat penduduk. Terdapat beberapa hal yang menjelaskan bahwa ada banyak toko atau kios-kios kecil yang terkena dampak minimarket, salah satunya yaitu harga, dimana minimarket banyak memberi potongan-potongan harga yang membuat harga barang tersebut relative lebih murah, sehingga berkurangnya pendapat UKM.[13]

2. TINJAUAN PUSTAKA

1) Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara efektif untuk memenuhi tujuan strategis[14]. Berbicara mengenai manajemen strategi tidak lepas dari dua kata yang melingkupinya, yaitu manajemen dan strategi. Masihng-masihng kata tersebut mempunyai makna dan pengertiannya sendiri-sendiri. Strategi berasal dari bahasa Yunani, Stratogos yang artinya ilmu para jenderal untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas.

1. Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Menurut Abidin Zaenal Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni exsistere, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.[15]

Berbicara tentang faktor yang mempengaruhi eksistensi pasar sudah tentu akan ada kaitannya dengan berjalan atau tidaknya suatu sistem pasar, jumlah pengunjung atau minat beli konsumen yang meningkat atau setidaknya stabil pada setiap harinya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi adalah sebagai berikut:

a. Lokasi

Pemilihan lokasi ritel adalah sebuah keputusan yang sangat strategis setelah lokasi dipilih, peritel harus menanggung semua konsekwensi dari plihan tersebut. Sebagai contoh, sebuah ritel makanan mempertibangkan lokasi toko di area yang masih baru. Peritel memilih dua tempat, berseberangan dengan toko lain atau menempati lokasi yang benar-benar baru tanpa pesaing toko makanan lain. Dalam membuat keputusan pilihan lokasi, seharusnya pemilik ritel memikirkan untuk memutuskannya dalam tiga tingkatan yaitu daerah, area perdagangan, dan tempat yang lebih spesifik.[16]

---

[12] Selpi Yana, "Keberadaan Mini Market Alfamart dan Indomaret Kaitannya dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan". *Jurnal Swarnabhumi* Vol. 3, No. 1 (Agustus, 2018) : 67.

[13] Arohman, Rohmalia Apriani, and Rizki Agung Darmawan "Pengaruh Adanya Alfamart dan Juga Indomart Terhadap Eksistensi Warung Kecil di Kabupaten Pringsewu". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen* Vol. 8, No. 2 (Desember, 2017) : 30.

[14] M. Taher Rambe, *Manajemen Strategi*. (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 3.

[15] Abidin Zainal, *Analisis Eksistensial, Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri*. (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2007), 16.

[16] Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 143.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

b. Harga

Harga adalah salah satu unsur pembauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan pembayaran, serta paling mudah disesuaikan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahan kepada pasar tentang produk dan mereknya[17]. Defenisi lain harga adalah jumlah uang yang telah disepakati pembeli dan penjual utnuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.[18]

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan harga adalah jumlah uang yang disepakati penjual dan pembeli untuk ditukarkan dengan produk atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengigat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu barang dagangan yang di jual. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap barang dagangan yang ditawarkan.

c. Kualitas dan Keragaman Produk

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian dari pihak perusahaan/produsen. Kualitas merupakan salah satu alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk, dapat dipercayai produk tersebut, ketepatan (precision) produk, mudah mengoprasikan dan memeliharanya. Produk itu sendiri adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli[19]. Keragaman produk juga merupakan kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang-barang tersebut. Konsumen cenderung memilih pasar yang menawarkan produk yang bervariasai dan lengkap menyangkut kedalaman luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh pengecer.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian/diskon fimasih yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja akurat produk yang dirasakan setalah pemakaianya[20]. Kepuasan pelanggan juga merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut.[21]

Berdasarkan uraian tersebut, maka kepuasaan pelanggan adalah perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja sesungguhnya diperoleh pelanggan-pelanggan setelah melakukan pembelian produk atau jasa. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan para pelanggan dapat memberi beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan, pasar dan pelanggan jadi harmonis, memberi dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalias pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan dan pedagang.

e. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan, merek, maupun produk, mendefenisikan loyalitas adalah sikap menyenangi terhadap sesuatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian secara konsisten terhadap

[17] Philip Kotler, Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Menajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Intan sejati Klaten, 2005), 139.

[18] Jenu Widjaja Tandjung, *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-nilai Pelanggan*, (Malang: Banyu Media, 2004), 78.

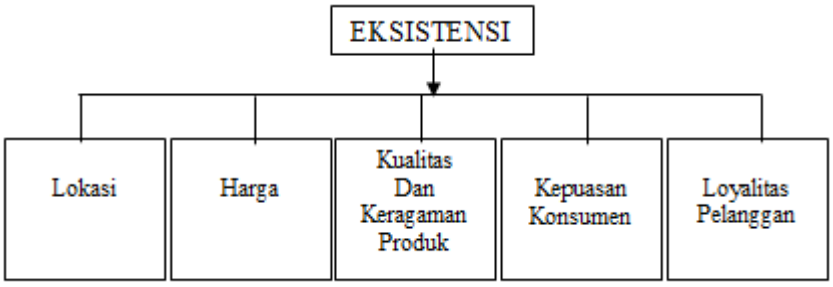
[19] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) 211-212.

[20] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2002), 146.

[21] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 22.

merek itu sepanjang waktu[22]. Menurut Simaewan, loyalitas pelanggan adalah sikap positif seorang pelanggan terhadap merek dan pelanggan mempunyai keinginan yang kuat untuk membeli merek yang sama pada masa sekarang maupun masa mendatang[23]. Berdasarkan uraian tersebut, maka loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek yang tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten.

Gambar 1.1.
Teori Eksistensi



[22]Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003),41.
[23] Sumarwan. *Perilaku Konsumen*. 325.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

2. Etika Usaha dalam Islam

Islam menganjurkan bahwa setiap muslim yang ingin berbisnis harus selalu terlibat dalam persaingan yang sehat, jujur, baik dan penuh kasih.[24]

a. Bersaing secara sehat

Menawarkan barang yang disediakan oleh orang lain tidak diperbolehkan, membeli barang dari pedagang yang tidak mengetahui harga pasar, atau berpura-pura menawarkan barang dengan harga sedemikian tinggi untuk menipu pembeli lain.

b. Kejujuran

Bagian dari pemikiran yang jujur adalah bahwa wirausahawan selalu terbuka dan transparan dalam hal menjual. Dengan sikap jujur, pengusaha menjadi sejahtera, karena kejujuran telah menjadi cita-cita yang sangat kuat yang mendorong kesuksesan dan kekayaan dalam perilaku internasional. Banyak orang berjasil mewujudkan cita-cita dunia karena sifat jujurnya.

c. Berperilaku baik dan simpatik

Setelah mendapat loyalitas pelanggan, mari lihat praktik nabi sendiri, ia selalu menghindari menipu dirinya sendiri dan mengeksploitasi konsumen, kecuali bahwa ia juga menekankan pada peningkatan hubungan jangka panjang dengan pelanggan daripada berfokus pada kepentingan.

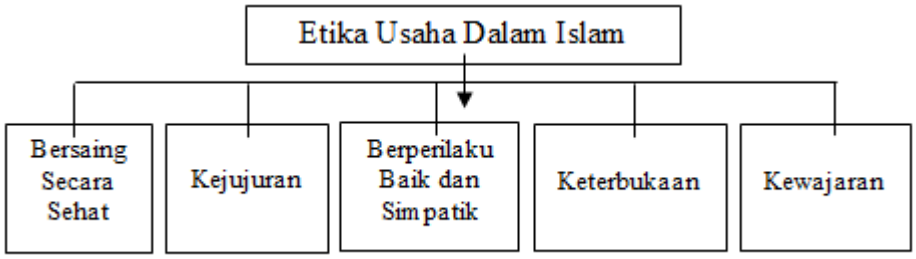
d. Keterbukaan

Pada era saat ini, kala manusia yang satu dengan manusia yang lain susah sekali silih yakni, terlebih dalam permasalahan yang berkaitan dengan keuangan, hingga tiap usaha yang mau menjalankan kerja sama dituntut untuk terbuka. Terbuka dalam makna kalau mempunyai laporan keuangan yang jelas atas usaha yang dipunyai di mana laporan keuangan tersebut dapat diaudit oleh pihak-pihak terpaut. Serta watak terbuka inilah yang ialah salah satu kunci sukses keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis menjual beberapa barang dagangan Khadijah.

e. Kewajaran

Bisnis diharuskan beroperasi secara adil. Bentuk berbisnis yang adil ialah memanfaatkan sumber daya secara wajar dan tidak berlebihan. Produsen bisa memanfaatkan, prantara (grosir) dan mendapatkan keuntungan. Namun demikian, manfaat ini seharusnya masuk akal dengan kata lain pengambilan untung yang masihh masuk dalam kategori normal.[25]

Gambar 1.2.
Teori Etika Usaha Dalam Islam



3. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dan penawar (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa.

[24] Ambok Pangiuk, *Etika Bisnis Islam Kontemporer* (Malang: Maknawi, 2022), 139.
[25] M. Azrul Tanjung dkk, *Meraih Surga Dengan Bisnis* (Jakarta: Gema Insani Press, 2013). 89.

Pasar tradisional adalah tempat orang berjual beli yang berlangsung di suatu tempat berdasarkan kebiasaan. Pengertian secara luas pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swalayan masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh Toko Kelontong menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.[26]

4. Pengertian Pasar Modern

Pasar modern tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional, namun pada pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertindak secara langsung, melainkan pembeli melihat label harga barang, berbeda dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. Produk yang dijual selain bahan makanan seperti: sembilan bahan pokok, perlengkapan keluarga dan masihh banyak kebutuhan pokok lainnya, sebagian besar barang lain yang dijual adalah barang yang bisa bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah:[27]

a. Minimarket

Minimarket merupakan toko yang berukuran relatif kecil yang merupakan pengembangan dari Mom dan Pop Store, dimana pengelolaannya lebih modern dan barangnya lebih banyak. Minimarket adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern dan biasanya terdapat dikawasan perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa yang berkualitas kepada konsumen.

b. Swalayan

Swalayan adalah sebuah toko yang menjual segala kebutuhan sehari-hari. Kata ini, secara harfiah berasal dari bahasa inggris, berarti pasar yang lebih besar. Produk yang dijual di swalayan biasanya merupkan produk sehari-hari. Seperti makanan, minuman dan kebutuhan seperti pakaian dan sebagainya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Pelaksanaan dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian dengan menggunakan kondisi objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci yang digunakan untuk meneliti[28]. Dalam penelitian ini objek yang alamiah, yang dimaksud pada temuan fakta alamiah di lapangan terkhusus mengenai eksistensi Toko Kelontong sekitaran Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo.
Jenis penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian ini yaitu data yang ditemukan dilapangan, dikumpulkan berasal dari naskah wawancara dan observasi. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah menggambarkan *realita empiric* dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pedagang Toko Kelontong di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo umumnya hanya bersaing dengan pedagang yang berdekatan dengan Toko Kelontong lainnya saat sebelum adanya minimarket dan hal itu tidak begitu terlalu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Pendapatan pedagang Toko kelontong merupakan pendapatan per hari, pendapatan haruslah terbilang cukup stabil sehingga kelangsungan usahanya tetap terjaga. Pada zaman sekarang ini, pedagang Toko Kelontong harus lebih cerdas agar kelangsungan usahanya tetap terjaga.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang Toko Kelontong yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo haruskan menghadapi perkembangan zaman, seperti berkembangnya pasar modern Alfamart dan Indomaret yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Jika pedagang tidak berusaha untuk memajukan usahanya maka kelangsungan usaha pedagang kelontong tidak berjalan stabil.

[26] Peraturan Menteri Dalam Negeri, *op.cit*, Tahun 2007.

[27] Purnomo "Dampak Ekonomi Pendirian Alfamart Terhadap Toko Kecil di Kota Palangka Raya" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, 2017). 34.

[28] Sugiyon, *Metode Penelitian Kiantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung, Alfabeta, 2012), 9.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

Pedagang Toko Kelontong tidak bisa berharap pemasukan hanya dari dagangan yang dijual di Toko saja. Pedagang Toko Kelontong berusaha agar usahanya tetap berjalan dengan cara menambah usaha yang mereka buka disekitaran Toko. Dengan demikan usaha Toko Kelontong tetap berjalan dengan mestinya. Jika berharap pemasukan hanya dari usaha Toko Kelontong yang mereka buka tidakla cukup untuk menjaga kelangsungan usahanya.

Pedagang Toko Kelontong berusaha sangat keras agar Tokonya tetap eksis ditengah berkembangnya pasar modern seperti Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Bukan hanya pasar modern yang semakin berkembang, toko yang sudah terbilang cukup maju pun tetap berusaha agar kelangsungan usahanya tetap terjaga. Sehingga pedagang Toko Kelontong yang kecil ini harus berusaha sangat ekstra agar tokonya tetap eksis dan tetap terjaga kelangsungan usahanya.

Strategi dalam menjual penting dimiliki oleh para pedagang. Pengertian strategi disini, masih sebatas strategi (cara) menjual barang dalam menghadapi persaingan. Para pedagang yang mempunyai pengetahuan lebih tentang para konsumen dan pesaingnya akan dapat mengembangkan strategi memasarkan barang yang tepat untuk mempertahankan konsumennya dan menghadapi perkembangan pasar modern. Pengetahuan yang mereka miliki tersebut merupakan suatu keunggulan dibandingkan pedagang lainnya.

Menghadapi persaingan dengan minimarket, maka para pedagang Toko Kelontong perlu memiliki strategi khusus karena kenyataannya yang dihadapi saat ini minimarket yang lebih eksis dari pada Toko Kelontong yang kecil. Maka dari itu perlu adanya strategi dari pedagang Toko Kelontong untuk mempertahankan pelanggan dan kelangsungan usahanya.

1. Hasil Wawancara Bersama Pedagang Toko Kelontong

a. Toko Farel

Toko Farel berdiri sejak tahun 2013 sudah terhitung 10 tahun berdiri, toko Farel berada ditempat yang cukup strategis yaitu di tepi jalan lalu lintas dan juga berada didekat pemukiman warga, toko ini berdiri sebelum adanya Alfamart/Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Pemilik dari toko Farel bernama bapak Amrizal. Toko bapak Amrizal ini dulunya hanya mendapatkan pemasukan dari penghasilan toko saja. Uangnya nanti bisa diputar kembali untuk memenuhi dagangan tokonya dan memenuhi kebutuhan keluarganya. Tapi kini bapak Amrizal menambah usaha yang berada di sekitaran tokonya seperti menjual martabak, roti bakar, pop ice dan juga es tebu untuk menambah pemasukan, karena jika mengharapkan pemasukan hanya dari toko saja hanya mendapatkan Rp.150.000/hari itu tidaklah cukup, apalagi uangnya digunakan untuk kebutuhan keluarga dan diputar kembali untuk memenuhi dagangan. Kini bapak Amrizal bisa mendapatkan pemasukan paling sedikit sebesar Rp.600.000-800.000/hari, dan paling banyak bisa mencapai Rp.1.000.000/harinya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah saya lakukan bersama bapak Amrizal, yaitu:

"sebelum membuka usaha awalnya saya pastinya memilih tempat yang strategis seperti ditepi jalan dan juga dekat dengan pemukiman warga. Kebetulan saya mendapatkan tempat untuk berjualan yang memang strategis dan juga harga sewanya yang tidak terlalu mahal, karenakan tempatnya yang masih papan. Pengaruh adanya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah ini menurut saya sangat berpengaruh terhadap konsumen dan jumlah omset yang menurun, tetapi saya bisa menyesuaikannya agar kelangsungan toko saya tetap terjaga. Saya menambah usaha saya seperti membuka usaha martabak, roti bakar, pop ice dan menjual es tebu. Apalagi saya menjual produk yang tentunya sesuai dengan harga pasar, keuntungan yang saya ambil hanyalah sedikit, jadi kalau hanya berharap dari penjualan Toko Kelontong tentu tidaklah cukup. Di toko saya juga menjual produk yang ada label halalnya, saya mengambil dari pasar dan juga agen yang resmi tentunya layak untuk di konsumsi, jadinya konsumen yang berbelanja di toko saya merasa aman untuk berbelanja. Untuk strategi eksistensi yang saya gunakan yaitu lebih melengkapi barang yang sudah habis saja, barang yang saya jual juga sesuai dengan pasaran lah tidak aneh-aneh, saya juga kadang menambah jam bukak toko, yang biasanya hanya buka sampai jam 10 malam sekarang sampai jam 1 malam dan juga saya menambah usaha agar di toko saya selalu ramai, itu bisa juga menarik pelanggan agar tertarik berbelanja di toko saya".[29]

b. Toko Zizi

[29] Amrizal. "Pedagang Toko Kelontong Farel" Direct, April 24, 2023.

Toko Zizi berdiri sejak tahun 2013 sudah terhitung 10 tahun berdiri, toko Zizi berada ditempat yang cukup strategis yaitu di tepi jalan lalu lintas dan juga berada didekat pemukiman warga, toko ini berdiri sebelum adanya Alfamart/Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Pemilik dari toko Zizi bernama ibu Marisa. Toko ibu Marisa ini dulunya hanya mendapatkan pemasukan dari penghasilan toko. Uangnya nanti bisa diputar kembali untuk memenuhi dagangan tokonya dan memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Tapi kini ibu Marisa menambah penjualan yang berada disekitaran tokonya seperti menjual martabak dan minuman yang diblender seperti pop ice dan aneka jus untuk menambah pemasukan, karena jika mengharapkan hasil dari toko tidakla cukup. Kini ibu Marisa bisa mendapatkan pemasukan paling sedikit Rp.500.000/hari, dan paling banyak itu mencapai Rp.1.000.000/harinya. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah saya lakukan bersama ibu Marisa, yaitu:

"sebelum membuka toko, saya memilih tempat yang mudah di jangkau warga dan juga berada di tepi jalan lalu lintas agar konsumen mudah untuk menjangkau toko saya. Sebenarnya untuk pengaruh adanya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah ini saya merasakannya, seperti jumlah konsumen dan juga omset yang menurun. Terlebih lagi dizaman yang modern ini tentu saja mengharapkan pemasukan hanya dari toko saja itu tidakla cukup. Apalagi saya menjual produk yang harganya sesuai dengan harga pasaran, keuntungan yang didapati hanyalah sedikit, jadi saya menambah pendapatan saya dengan cara menjual martabak dan juga minuman seperti pop ice dan aneka jus agar kelangsungan toko saya tetap terjaga. Di toko saya juga menjual produk yang berlabel halal, saya juga mengambil produk dari tempat yang resmi tentunya legal dan layak untuk dikonsumsi, jadinya konsumen yang berbelanja tentu merasa aman untuk berbelanja di toko saya. Untuk strategi eksistensi yang saya gunakan yaitu dengan cara membeli barang untuk melengkapi dagangan yang sudah habis di perjualkan dan juga saya menambah usaha agar toko tetap ramai di kunjungi oleh pedagang".[30]

c. Toko Bibik Sari

Toko Bibik Sari berdiri sejak tahun 2003 sudah terhitung 20 tahun berdiri, toko bibik Sari berada ditempat yang cukup strategis yaitu berada ditepi jalan lalu lintas dan juga dekat dengan pemukiman warga, toko ini berdiri sebelum adanya Alfamart/Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Pemilik dari toko bibik Sari bernama ibu Sari. Toko ibu Sari ini dulunya hanya mengharapkan pemasukan dari hasil jualan di toko, dulunya uang yang didapati bisa diputar kembali untuk memenuhi dagangan yang ada ditoko dan juga bisa memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Setelah perkembangan zaman yang begitu pesat membuat ibu Sari harus menambah pemasukannya agar kelangsungan usahanya tetap terjaga, apalagi barang yang diperjualkan di toko ibu Sari menjual produk yang lebih murah, karena ibu Sari mengambil keuntungan yang sedikit maka dari itu ibu Sari menambah pemasukan dengan cara menjual bahan makanan yang lebih lengkap, kelapa parut dan juga menjual es batu. Kini ibu Sari bisa mencapai pemasukan paling sedikit yaitu Rp.3.000.000/hari, dan paling banyak itu bisa mencapai Rp.8.000.000/harinya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah saya lakukan bersama ibu Sari, yaitu:

"untuk pemilihan tempat yang strategis kebetulan rumah saya sudah berada ditempat yang strategis seperti ditepi jalan dan juga dekat dengan pemukiman warga, jadi saya membuka toko ini karena lokasi rumah saya yang sudah cukup strategis. Pengaruh adanya Alfamart/Indomaret bagi saya dan dagangan saya sangat berpengaruh. Terutama mengenai produk yang saya jual di toko, dulunya saya hampir setiap minggu untuk memenuhi dagangan yang habis di toko, tetapi sekarang perlu waktu yang lumayan lama untuk saya kembali memenuhi dagangan saya. Kini produk yang saya jual lama habisnya. Apalagi di zaman modern seperti saat ini, berkembang pesatnya pasar modern di Kecamatan Tebo Tengah ini jika mengharapkan pemasukan dari berjualan Toko Kelontong saja tidakla cukup, maka dari itu saya menambah pemasukan dari menjual bahan makanan yang lebih lengkap dari sebelumnya, menjual kelapa parut dan juga es batu. Di toko saya alhamdulillah produk yang saya jual semuanya ada label halalnya, saya juga mengambil barang dari pasar lalu saya jual kembali di toko saya, tentunya legal dan layak di perjualkan. Di toko saya juga menjual barang yang lebih murah dibandingkan Alfamart/Indomaret agar terjangkau oleh masyarakat, saya menjual sesuai dengan harga pasaran. Untuk strategi yang saya gunakan yaitu dengan cara melengkapi dagangan yang sudah kosong agar konsumen tetap berbelanja di toko, saya juga lebih berbaur dengan masyarakat dan konsumen yang berbelanja ditoko dan saya menjual produk yang lebih

[30] Marisa. "Pedagang Toko Kelontong Zizi" Direct, April 16, 2023.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

terjangkau, tetapi tidak melupakan tentang untung dan ruginya dan juga saya menambah usaha agar usaha saya tetap berjalan dengan baik".[31]

d. Toko Bude Susi

Toko bude Susi berdiri sejak tahun 2010 sudah terhitung 13 tahun berdiri, toko bude Susi memilih tempat yang strategis seperti di tepi jalan lalu lintas dan juga dekat dengan pemukiman warga, toko ini berdiri seblum adanya Alfamart/Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Pemilik dari toko bude Susi bernama ibu Susi. Toko ibu Susi ini awalnya hanya mendapatkan pemasukan dari hasil toko, uangnya akan diputarkan kembali untuk memenuhi kebutuhan tokonya. Semenjak adanya Alfamart/Indomaret apalagi mereka sering melakukan diskon untuk menarik pelanggan, ibu Susi merasa uang yang didapat tidak begitu cukup untuk memutarkan kembali usahanya, membuat ibu Susi menambah pemasukan dari menjual es batu, bahan makanan, kelapa parut dan juga es kacang ijo. Kini ibu Susi bisa menghasilkan pemasukan paling sedikit Rp.1.000.000/hari, dan paling banyak itu bisa mencapai Rp.3.000.000/harinya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama ibu Susi, yaitu:

"untuk pemilihan tempat berjualan, kebetulan rumah saya sudah berada ditempat yang strategis, seperti berada ditepi jalan dan juga dekat dengan pemukiman warga. Maka dari itu saya manfaatkan tempat saya tinggal untuk mencari nafkah dan penghasilan. Pengaruh adanya Alfamart/Indomaret jika dilihat dari pandangan masyarakat tentu senang, tetapi bagi pedagang tentu merasa terjepit jika tidak bertindak, apalagi Alfamart/Indomaret sangatla maju dibandingkan toko kami yang kecil ini. Maka dari itu saya menambah pemasukan dari menjual es batu, bahan makanan, kelapa parut dan juga es kacang ijo agar usaha saya tetap terjaga. Produk yang saya perjualkan tentunya diambil dari pasar dan juga ditempat yang legal, sehingga produk yang saya jual semuanya mempunyai label halal agar konsumen merasa aman untuk berbelanja di toko saya, tentunya layak untuk dikonsumsi. Saya mengambil keuntungan hanya sedikit, agar konsumen tetap bertahan untuk tetap beberlanja di toko saya. Strategi eksistensi yang saya gunakan yaitu melengkapi dagangan yang sudah habis agar konsumen yang berbelanja ditoko saya dapat terpenuhi dan juga menambah usaha agar kelangsungan usaha tetap terjaga".[32]

e. Toko Sus

Toko Sus ini berdiri sejak tahun 1998 sudah terhitung 25 tahun berdiri, tentunya toko ini mempertimbangkan tempat yang strategis, awalnya berada di tempat yang tidak begitu ramai, setelah adanya Alfamart/Indomaret pemilik memindahkan tokonya di tempat yang lebih ramai penduduk, yaitu lokasi berada daerah pasar, di tepi jalan lalu lintas dan juga dekat dengan pemukiman warga. Pemilik dari Toko Sus ini bernama ibu Susanti. Awalnya ibu susanti hanya menjual produk seadanya dan itu cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup dan untuk keberlangsungan usahanya. Setelah berkembangnya pasar modern di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo membuat ibu Susanti melengkapi dagangan yang sudah habis dan juga menambah pemasukan dari menjual kebutuhan masak, plastik seperti plastik gelas, kue dan lainnya, dan juga menjual kebutuhan rumah tangga seperti sapu, pel dan lain sebagainya. Kini ibu Susanti bisa mencapai pendapatan paling sedikit Rp.1.000.000/hari, dan paling banyak mencapai Rp.2.000.000/harinya. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bersama ibu Susanti, yaitu:

"dulunya saya berjualan hanya di rumah saja, tidak lama kemudian saya memindahkan toko saya ke tempat yang lebih strategis, seperti di tepi jalan, dekat dengan pemukiman warga dan juga lokasi berada di dekat pasar. Pengaruh adanya Alfamart/Indomaret terhadap dagangan saya itu sangat berpengaruh, saya harus berusaha melengkapi dagangan saya dan juga menambah penjualan agar dagangan saya tetap terjaga. Dulunya saya hanya menjual seadanya dan itu cukup untuk memutar kembali isi dagangan toko, tetapi sekarang saya harus mengikuti perkembangan zaman, apa yang konsumen butuhkan. Konsumen yang biasanya selalu membeli ditoko saya sekarang menjadi jarang, karena mereka lebih menyukai berbelanja di Alfamart/Indomaret yang produknya lebih beragam dibandingkan toko kelontong saya. Maka dari itu, saya menambah pemasukan dari menjual bahan makanan, peralatan rumah tangga dan juga plastik. Saya mengambil keuntungan dari dagangan saya hanya sedikit, tidak terlalu banyak karena saya mengikuti harga pasaran dan juga agar konsumen tetap berbelanja di toko saya. Produk yang saya jual tentu produk yang berlabel halal, saya mengambil produk dari tempat yang resmi dan legal tentunya layak diperjualkan apalagi saya

[31] Rio. "Pedagang Toko Kelontong Nazifa" Direct, April 16, 2023.

[32] Wayanti. "Pedagang Toko Kelontong Ayang" Direct, April 16, 2023.

menggunakan barang yang saya jual untuk kebutuhan rumah saya. Strategi eksistensi yang saya gunakan untuk keberlangsungan usaha saya yaitu lebih melengkapi dagangan saya, lebih memperbanyak dagangan saya agar keberlangsungan usaha saya tetap terjaga dan juga membuat konsumen lebih memilih berbelanja ditoko saya dibandingkan tempat yang lainnya dan juga saya menambah usaha agar tetap ramai dikunjungi oleh konsumen".[33]

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dan observasi langsung, peneliti dapat menyimpulkan apa saja produk/barang yang diperjualkan pada Toko Kelontong dan apa saja usaha tambahan yang dilakukan oleh pedagang Toko kelontong agar kelangsungan usahanya tetap terjaga, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Jenis barang yang diperjualkan

No	Jenis Barang
1	Mie Instan
2	Telur
3	Minyak Goreng
4	Beras
5	Gula Pasir
6	Jajanan Ringan
7	Peralatan Mandi
8	Susu
9	Detergen
10	Gas
11	Bumbu Dapur
12	Kopi
13	Teh

(*Sumber: Wawancara dengan pedagang Toko Kelontong)*

Tabel 2.2.
Jenis usaha tambahan Pedagang Toko kelontong

No	Nama Toko	Jenis Usaha	Tahun Buka
1	Toko Farel	Martabak	2015
		Roti Bakar	2015
		Pop Ice	2019
		Es Tebu	2022
2	Toko Zizi	Martabak	2016
		Pop Ice	2021
		Aneka Juice	2022
3	Toko Bibik Sari	Bahan Makanan	2005
		Kelapa Parut	2015
		Es Batu	2014
4	Toko Bude Susi	Es Batu	2015
		Bahan Makanan	2014
		Kelapa Parut	2014
		Es Kacang Ijo	2020
5	Toko Sus	Bahan Makanan	2016
		Plastik	2017
		Peralatan Rumah Tangga	2018

(*Sumber: Wawancara dengan Pedagang Toko Kelontong*)

[33] Susanti. "Pedagang Toko Kelontong Sus" Direct, April 16, 2023.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

2. Hasil Wawancara Bersama Konsumen

a. Mira Ayu Pertiwi

Mira berumur 20th, Mira adalah salah satu karyawan di salah satu toko photo copy yang terdapat di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bersama konsumen, yaitu:

"Saya lebih menyukai berbelanja yang berdekatan dengan tempat saya bekerja. Saya lebih menyukai berbelanja di toko kelontong dibandingkan Alfamart/Indomaret walaupun produk yang ada di Alfamart/Indomaret lebih lengkap dan juga lebih beragam, saya juga pernah merasakan kecurangan dalam nilai pada saat toko kelontong sedang ramai oleh pembeli, sedangkan yang melayani hanya 1 orang jadi membuat takaran ataupun timbangannya sedikit berkurang walaupun demikian saya tetap memilih berbelanja di toko kelontong. Alasan saya memilih berbelanja di toko kelontong karena saya lebih melihat pada tingkat pendapatan saya dan juga harga produk yang diperjualkan di toko kelontong lebih terjangkau dibandingkan harga produk yang ada di Alfamart/Indomaret. Harga yang diperjualkan di toko kelontong sesuai dengan harga yang diperjualkan di pasaran, sedangkan harga yang diperjualkan di Alfamart/Indomaret sangat jauh dari harga pasaran. Mengenai kehalalan, pada toko kelontong maupun Alfamart/Indomaret sejauh ini belum ada saya temui produk yang tidak ada label halalnya."[34]

b. Indah Damayati

Indah berusia 20th, Indah adalah salah satu karyawan pada klinik Orange's di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bersama konsumen, yaitu:

"Saya lebih menyukai berbelanja yang dekat dengan tempat saya bekerja, kebetulan toko kelontong dan Alfamart/Indomaret dekat dengan tempat saya bekerja dan saya lebih menyukai berbelanja di Alfamart/Indomaret. Harga yang diperjualkan di toko kelontong sebanarnya lebih murah dibandingkan harga yang di perjualkan di Alfamart/Indomaret tetapi Alfamart/Indomaret kadang juga ada diskon yang bisa jauh lebih murah dibandingkan toko kelontong. Produk yang diperjualkan pada toko kelontong maupun Alfamart/Indomaret sejauh ini saya melihat sudah mempunyai label halal pada semua produk yang diperjualkan jadi, membuat saya merasa aman untuk berbelanja di toko kelontong maupun Alfamart/Indomaret. Mengenai tingkat pendapatan saya dan juga harga dari suatu produk tidak mempengaruhi pilihan tempat berbelanja, saya tetap memilih berbelanja di Alfamart/Indomaret dibandingkan toko kelontong, karena saya lebih menyukai tempat yang bersih dan juga produk yang dijamin kualitasnya. Kalau di toko kelontong produknya sudah ada yang berdebu, sedangkan di Alfamart/Indomaret barangnya sangat terjaga. Produk yang di perjualkan Pada Alfamart/Indomaret juga sangat beragam dan sudah mempunyai label harga pada rak produknya membuat saya lebih bisa mengira-ngira produk mana yang akan saya beli."[35]

c. Elyndawati

Ibu Elyndawati berusia 45th, ibu Elyndawati bekerja sebagai wiraswasta yang mana, ibu Elyndawati mempunya toko Photo Copy yang terdapat di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bersama konsumen, yaitu:

"Saya berbelanja tergantung tempat yang berdekatan dengan rumah saya, karenakan susah untuk berbelanja agak jauh dari rumah harus memerlukan kendaraan lagi. Saya lebih menyukai berbelanja di toko kelontong dibandingkan dengan Alfamart/Indomaret, karena di toko kelontong lebih lengkap dibandingkan dengan Alfamart/Indomaret, apalagi di toko kelontong itu ada sayuran dan juga bahan makanan yang membuat saya lebih mudah untuk berbelanja, tidak harus menggunakan kendaraan lagi untuk mencari bahan/produk yang akan dibeli. Selama saya berbelanja tidak pernah merasa dicurangi dalam takaran ataupun timbangan dan juga produk yang diperjualkan di toko kelontong semua produknya juga ada label halalnya apalagi di toko kelontong itu mengambil barang dari pasar, jadi membuat saya merasa aman untuk berbelanja di sana, sedangkan pada Alfamart/Indomaret saya kurang perhatian, karenakan saya jarang untuk berbelanja ke sana."[36]

d. Icha Fermidera

[34] Mira Ayu Pertiwi "wawancara bersama konsumen". Direct, April 12, 2023.
[35] Indah Damayati. "wawancara bersama konsumen". Direct, April 17, 2023.
[36] Elyndawati. "wawancara bersama konsumen". Direct, April 12, 2023.

Ica berusia 23th, Ica adalah seorang guru di TK Islam Alwasliyah yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan peneliti bersama konsumen, yaitu:
"Saya lebih menyukai tempat berbelanja yang berdekatan dengan lokasi rumah saya dan juga tempat saya bekerja, karena tidak memerlukan waktu yang lama untuk ke lokasi berbelanja. Saya menyukai berbelanja di toko kelontong tetapi saya juga menyukai berbelanja di Alfamart/Indomaret apalagi jika ada diskon besar-besaran saya akan membelinya karena saya lebih memilih berbelanja di tempat yang lebih murah. Pada toko kelontong produk yang diperjualkan sesuai dengan harga pasaran yang membuat harga produk tersebut lebih murah dibandingkan dengan harga yang diperjualkan di Alfamart/Indomaret tetapi jika ada diskon Alfamart/Indomaret bisa jauh lebih murah dibandingkan toko kelontong dan juga semua produk yang ada di toko kelontong maupun Alfamart/Indomaret mempunyai label halal yang membuat saya merasa aman untuk berbelanja."[37]

e. Fany

Fany berusia 20th, Fany adalah seorang mahasiswa di IAI Tebo yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan peneliti bersama konsumen, yaitu:
"Saya menyukai tempat berbelanja yang strategis, seperti dekat dengan rumah saya. Saya lebih menyukai berbelanja di toko kelontong dibandingkan dengan Alfamart/Indomaret, padahal pada Alfamart/Indomaret sangat jauh berbeda kualitasnya dibandingkan dengan toko kelontong dan juga pada Alfamart/Indomaret produknya lebih lengkap dibandingkan toko kelontong. Walaupun demikian saya tetap menyukai berbelanja di toko kelontong, karena pada toko kelontong harga yang diperjualkan jauh lebih murah dibandingkan harga yang diperjualkan pada Alfamart/Indomaret, padahal produknya sama, tentu lebih suka berbelanja di toko kelontong. Pada toko kelontong semua produknya sudah ada label halalnya sedangkan di Alfamart/Indomaret kadang ada minuman yang masihh diragukan kehalalannya, membuat saya lebih merasa aman jika berbelanja di toko kelontong"[38]

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti bersama konsumen, peneliti melihat bahwasannya konsumen lebih menyukai berbelanja di Alfamart/Indomaret karena tempat yang lebih nyaman untuk berbelanja dan juga Alfamart/Indomaret ada diskon yang membuat harga produknya bisa jauh lebih murah dibandingkan toko kelontong. Tetapi toko kelontong masih mempunyai pelanggan, walaupun tidak semua konsumen yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo berbelanja di toko kelontong.

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Dampak Adanya Pasar Modern Terhadap Pedagang Kelontong

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang telah peneliti lakukan bahwasannya dampak adanya pasar modern seperti Alfamart dan Indomaret yang ada di kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Dampak Negatif

Dampak negatif adanya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo ini dirasakan oleh pedagang Toko Kelontong, pedagang Toko Kelontong mengalami kurangnya konsumen dan jumlah omset yang menurun, contohnya seperti toko kepunyaan bapak Amrizal jika mengharapkan pendapatan dari Toko Kelontong saja hanya mendapatkan Rp.150.000/hari dan itu tidaklah cukup untuk kelangsungan usahanya.

Biasanya pedagang melengkapi dagangannya satu minggu sekali, tetapi kini pedagang kembali melengkapi dagangannya setelah 3 minggu kedepannya, membuat produk yang diperjualkan lama lakunya. Pedagang harus berusaha lebih keras agar tokonya tidak begitu ketinggalan jauh jadi, pedagang Toko Kelontong tetap bisa menjaga kelangsungan usahanya.

Pedagang Toko Kelontong menambah usaha agar ada penambahan pemasukan, karena jika mengharapkan pendapatan hasil dagangan dari Toko Kelontong tidaklah cukup untuk menjaga kelangsungan usaha dan memenuhi kebutuhan keluarganya.

b. Dampak Positif

[37] Icha Fermidera. "wawancara bersama konsumen". Direct, April 15, 2023.
[38] Fany. "wawancara bersama konsumen". Direct, April 14, 2023.

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

Dampak positif adanya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo ini dirasakan oleh masyarakat Tebo, tentunya membuat masyarakat di Tebo merasakan kebahagiaan, karena ada produk yang memang tidak bisa ditemukan di Toko Kelontong hanya di perjualkan di Alfamart/Indomaret saja. Memang harga yang diperjualkan lumayan mahal, tetapi mereka tetap merasa puas. Apalagi Alfamart dan Indomaret sering melakukan diskon, membuat mereka lebih senang berbelanja. Walaupun demikian mereka tetap suka berbelanja di Toko Kelontong, karena harga yang lebih terjangkau dan dekat dengan pemukiman warga.

Adanya Alfamart dan Indomaret yang ada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo memang memberikan dampak yang cukup bagus, hanya saja masyarakat Tebo berharap orang-orang tetap cerdas dalam memilih produk yang baik untuk dikonsumsi, apalagi produk yang diperjualkan ada beberapa yang masih diragukan kehalalanya.

2. Strategi Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Menghadapi Perkembangan Pasar Modern dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pedagang Toko Kelontong mencoba melakukan strategi eksistensi agar Toko Kelontongnya tetap eksis dan tetap terjaga kelangsungan usahanya ditengah berkembangnya pasar modern seperti Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo.

Pedagang Toko kelontong melakukan penambahan usaha agar menambah pemasukan sehingga kelangsungan usahanya tetap terjaga. Pedagang Toko Kelontong juga melengkapi dagangan yang sudah habis agar konsumen yang berbelanja di tokonya dapat terpenuhi keinginannya. Pedagang Toko Kelontong juga lebih ramah kepada konsumen sehingga konsumen dengan nyaman untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peniliti di lapangan bahwa strategi eksistensi yang dilakukan pedagang kelontong dalam menghadapi perkembangan pasar modern di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo belum begitu optimal dalam melakukan strategi eksistensi untuk tokonya. Sebenarnya mereka masih berjualan seperti biasa dan mengikuti arus pasar yang ada. Para pedagang Toko Kelontong tidak melakukan strategi pemasaran terbaru pada kegiatan usahanya, mereka hanya menjual dengan cara yang mereka lakukan saat ini.

Dalam memperkembangkan usahanya membutuhkan strategi eksistensi yang memang dibutuhkan agar keberlangsungan usahanya tetap terjaga. Semua pedagang Toko Kelontong terutama yang berada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo tentunya harus menggunakan strategi eksistensi agar mereka lebih mudah dalam mengembangkan usahanya. Dengan adanya strategi eksistensi tentunya membuat konsumen merasa tertarik dan membuat konsumen merasa puas untuk berbelanja di Toko Kelontong.

Adanya strategi eksistensi yang dilakukan oleh pedagang Toko Kelontong di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo, maka pedagang dapat mengembangkan dan memajukan usahanya dengan mempertimbangkan untuk menggunakan beberapa strategi eksistensi berikut:

a. Lokasi

Agar lebih optimal pedagang Toko Kelontong, pemilihan lokasi yang strategis yang dilakukan pedagang Toko Kelontong seharusnya memilih tempat yang mudah dijangkau oleh orang banyak, dekat dengan pemukiman warga, tidak berada di tempat yang memang pesaingnya sangat ketat. Dalam membuat keputusan pemilihan lokasi, pedagang memikirkan untuk memutuskannya dalam tiga tingkatan yaitu daerah, area perdagangan dan tempat yang lebih spesifik.

Berdasarkan hasil penelitian, pemilihan lokasi pedagang Toko Kelontong hanya memilih tempat yang strategis, seperti berada di tepi jalan lalu lintas dan dekat dengan pemukiman warga.

b. Harga

Harga adalah jumlah uang yang telah disepakati pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu barang dagangan yang akan dijual. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap barang dagangan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang Toko Kelontong hanya mengikuti harga pasaran dan juga Pedagang Toko Kelontong masih menjual dagannya secara tradisional dengan cara melayani satu persatu dan tidak ada harga yang tertera di masihng-masihng barang dagangan.

c. Kualitas dan Keragaman Produk

Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk, dapat dipercayai produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya. Keragaman produk juga merupakan

kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang-barang tersebut. Konsumen cenderung memilih pasar yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh pengecer. Lebih menjaga kualitas produk, sering membersihkan produk agar tau produk yang mana tidak layak untuk dijual, sehingga konsumen lebih merasa aman dan nyaman untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang Toko Kelontong menjual produk yang tidak begitu banyak, mereka hanya menjual produk yang seadanya dan hanya melengkapi produk yang memang habis, mereka tidak lebih melengkapi dagangan padahal dengan begitu konsumen bisa merasa senang karena dapat memilih produk mana yang akan konsumen beli. Pada kualitas produk yang pedagang kelontong Jual pun masih diragukan, karena ada beberapa produk yang memang jarang untuk di cek terus menerus kebaikan dan kebagusan produknya. Masih ada produk yang berdebu dan tata letak yang tidak begitu bagus.

d. Kepuasan Konsumen

Tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan para pelanggan dapat memberi beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan, pasar dan pelanggan jadi harmonis, memberi dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan dan pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang Toko Kelontong tidak melihat dari strategi kepuasan konsumennya, pedagang hanya sekedar menjual dagannya.

e. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah sikap positif seorang pelanggan terhadap merek dan pelanggan mempunyai keinginan yang kuat untuk membeli kembali ke toko pada masa sekarang maupun masa mendatang. Maka dari itu pedagang harus membuat konsumen merasa puas agar menciptakan kesetiaan pelanggan pada Toko Kelontong.

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang Toko Kelontong juga sekedar menjual barang dagangan, tidak melihat dari strategi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan etika usaha dalam Islam, pedagang Toko Kelontong bersaing secara sehat, mereka menjual dagangannya sesuai dengan produk yang dijual di pasaran dan juga menjual dengan harga yang sudah sesuai dengan harga yang diperjualkan dipasaran. Pedagang Toko Kelontong juga jujur dalam menjual barang, walaupun label harga tidak di cantumkan pada produk, pedagang tetap menjual dengan jujur. Tidak ada konsumen yang merasa dirugikan oleh pedagang Toko Kelontong.

Pedagang Toko Kelontong menjual produk yang berlabel halal, mengambil produk dari toko dan juga agen yang resmi, dan tentunya menjual produk yang layak untuk dikonsumsi sehingga konsumen lebih merasa aman untuk berbelanja. Pedagang Toko Kelontong menjual barang dagangannya dengan jujur, tanpa mengurangi takaran dalam timbangan. Pedagang Toko Kelontong juga menjual produk dengan harga yang lebih murah, karena mereka mengikuti harga pasaran.
Akan tetapi pedagang Toko Kelontong kurang dalam memperhatikan dagangannya, ada beberapa produk yang sudah lama tidak laku dibiarkan saja di intelase penjualan sehingga masa kadaluarsanya hampir habis sehingga membuat konsumen kurang merasa aman, konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih barang yang akan dibeli

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pihak informan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak adanya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo terdapat dampak negatif dan juga dampak positifnya. Dampak negatif dari adanya Alfamart dan Indomaret dirasakan bagi pedagang Toko Kelontong yang berada di Kecamatan Tebo Tengah, Kabupaten Tebo yaitu dampak terhadap konsumen yang berkurang dan juga jumlah omset yang menurun, walaupun mereka masih memiliki pelanggan tetapi tidak sebanyak sebelum adanya Alfamart dan Indomaret. Pedagang Toko Kelontong tidak bisa berharap pemasukan hanya dari dagangan Toko Kelontong saja, mereka harus memiliki usaha tambahan yang berada disekitaran Toko Kelontong mereka agar dapat memenuhi kebutuhan keluarganya dan juga kelangsungan usahanya tetap terjaga. Dampak positif adanya Alfamart dan Indomaret dirasakan oleh masyarakat di Tebo. Masyarakat Tebo

p-ISSN : 1979-0155 e-ISSN : 2614-8870

merasakan kebahagiaan, karena mereka bisa membeli produk viral yang memang tidak dijumpai di Toko Kelontong, hanya ada di pasar modern seperti Alfamart dan Indomaret.

2. Strategi eksistensi pedagang Toko Kelontong dalam menghadapi perkembangan pasar modern di Kecamatan Tebo Tengah dalam perspektif ekonomi islam yaitu pedagang Toko Kelontong jujur dalam menjual dagangannya, mengambil harga yang tidak begitu tinggi, mengambil produk yang berlabel halal, mengambil produk dari toko dan agen yang resmi dan juga pedagang toko kelontong juga menambah usaha sampingan agar pemasukan pedagang Toko Kelontong bertambah. Akan tetapi pedagang Toko Kelontong belum melakukan strategi secara optimal.

   Pedagang Toko Kelontong hanya melengkapi barang-barang yang memang sudah habis di toko. Pedagang Toko Kelontong juga mengikuti cara penjualan yang memang sudah diterapkan oleh pasaran dan menjual harga yang sesuai dengan harga pasaran.

a. Secara Lokasi, pedagang Toko Kelontong sudah memilih tempat yang memang mudah dijangkau oleh orang banyak, dekat dengan pemukiman warga akan tetapi mereka memilih tempat yang memang pesaingnya ketat, itu bisa membuat kelangsungan usahanya terhambat.
b. Secara harga, Toko Kelontong sudah memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga yang diperjualkan di Alfamart/Indomaret.
c. Secara Kualitas dan keragaman produk, toko kelontong masihh jauh dari Alfamart/Indomaret. Toko Kelontong menjual kragaman produk yang tidak begitu banyak, mereka hanya menjual atau memenuhi isi dagangan toko sesuai barang yang memang sudah habis di toko.
d. Secara kepuasan konsumen, Toko Kelontong tidak terlalu melihat dari segi kepuasan konsumen, pedagang hanya sekedar menjual dagangannya saja.
   Secara loyalitas pelanggan, hubungan antara pedagang dan pembeli hanya sekedar saja, tidak terlalu berbaur kepada pembeli, sehingga pembelipun tidak begitu akrab dengan pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Arohman, Rohmalia Apriani, and Rizki Agung Darmawan. “Pengaruh Adanya Alfamart dan Juga Indomart Terhadap Eksistensi Warung Kecil di Kabupaten Pringsewu”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen* Vol. 8, No. 2 (Desember, 2017): 30-39. Accessed Desember 2, 2022. https://ejournal. umpri.ac.id/index.php/JIEM/article/view/1242

[2] Assuria, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

[3] Huberman, Miles, *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI, 1992.

[4] Kotler, Philip. Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Menajemen* Pemasaran. Jakarta: PT. Intan sejati Klaten, 2005.

[5] Moeleong, Lexi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

[6] Pangiuk, Ambok. *Etika Bisnis Islam Kontemporer*. Malang: Maknawi, 2022.

[7] Pangiuk, Ambok. *Strategi Daya Saing Pasar Tradisional di Indonesia*. NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2021.

[8] Rianto, M. Nur, Al Arif dan Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010

[9] Rambe, M. Taher. *Manajemen Strategi*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

[10] Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu 2006.

[11] Subagyo, Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2004

[12] Sugiyon, Sugiyono. *Metode Penelitian Kiantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta, 2012.

[13] Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.

[14] Tandjung, Jenu Widjaja. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-nilaiPelanggan*. Malang: Banyu Media, 2004.

[15] Masyhuri Mahmudah, and Supri Wahyudi Utomo. "Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun". *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* Vol. 6, No. 1 (April, 2017): 59-72. Accessed Desember 2, 2022. http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/assets/article/ view/1293

[16] Muhzinat, Zumrotul. "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura", *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol. 6, No. 2 (Desember 2019): 203-2011. Accessed Desember 26, 2022. http://ejournal.iainmadura.ac.id/ index.php/iqtishadia/ article/view/2448/1576