

**STRATEGI WARUNG TRADISIONAL DALAM MENGATASI DAMPAK
KEBERADAAN MINIMARKET DI DESA TONRONGE, KECAMATAN
BARANTI, KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

*Skripsi Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Guna Memeroleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Sosiologi*



AGUS SALIM

E0311813203

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI WARUNG TRADISIONAL DALAM MENGATASI DAMPAK
KEBERADAAN MINIMARKET DI DESA TONRONGE, KECAMATAN BARANTI,
KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

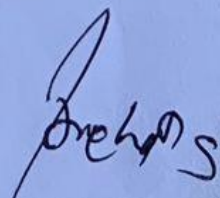
AGUS SALIM

E031181320

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Menyetujui,

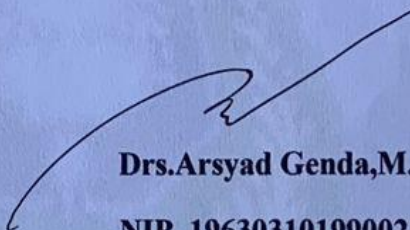
Pembimbing I



Dr. Buhari Mengge, M.A

NIP. 196905292003121002

Pembimbing II



Drs. Arsyad Genda, M.Si

NIP. 196303101990021001

**Mengetahui,
Ketua Departemen Sosiologi
FISIP UNHAS**



Prof. Hasbi Marissangan, M.Si, Ph.D

NIP. 19630827 199103 1 003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh:

Nama : AGUS SALIM

NIM : E031181320

JUDUL : STRATEGI WARUNG TRADISIONAL DALAM MENGATASI DAMPAK
KEBERADAAN MINIMARKET DI DESA TONRONGE, KECAMATAN BARANTI,
KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

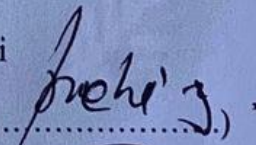
Pada:

Hari/Tanggal: 16 Maret 2023

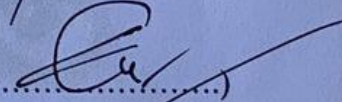
Tempat: Ruang Ujian Departemen Sosiologi FISIP Unhas

Tim Evaluasi Skripsi

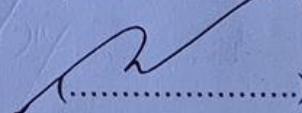
Ketua : Dr. Buhari Mengge, M.A

()

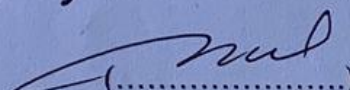
Sekretaris : Ridwan Syam, S.Sos., M.Si

()

Anggota : Drs. Arsyad Genda, M.Si

()

Sultan, Sos, M.Si

()

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : AGUS SALIM

NIM : E031181320

JUDUL : STRATEGI WARUNG TRADISIONAL DALAM MENGATASI
DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET DI DESA TONRONGE, KECAMATAN
BARANTI, KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Menyatakan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 04 April 2023



Agus Salim

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa,

Segala syukur kepada Allah SWT, Tuhan pencipta alam,

Segala bakti kepada kedua orang tua, dan

Segala cinta kasih kepada sesama manusia,

Skripsi ini penulis dedikasikan untuk diri sendiri dan kedua orang tua terkasih bapak **Syarifuddin** dan ibu **Hj.Rusnah**, dan keluarga maupun teman-teman dekat saya yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada hingga yang tidak mungkin dapat dibalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan kata persembahan. Semoga ini bisa menjadi langkah awal saya untuk menjadi manusia berhasil dan membuat keluarga bahagia. Walau terkadang hidup terasa begitu sulit tetapi kalian selalu menjadi rumah yang hangat dan penuh kasih. Terimakasih juga untuk keluarga dekat dan teman-teman seperjuangan atas dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terimakasih.

“Apapun dirimu, jadilah yang terbaik” -Abraham Lincoln

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas kehendak-Nya sehingga penulis dapat melalui masa perkuliahan dan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Warung Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Keberadaan Minimarket Di Desa Tonrong, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Kepada **Dr. Buhari Mengge, M.A** selaku pembimbing I dan penasehat akademik, terimakasih atas kepercayaan dan bimbingannya selama ini yang tanpa Lelah membimbing dan mengarahkan bagaimana menulis dan menyusun skripsi yang baik dan benar. **Drs. Arsyad Genda, M.Si** selaku pembimbing II terimakasih untuk setiap waktu yang telah diberikan pada saya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, tanpa lelah membimbing dan mengarahkan bagaimana menulis dan menyusun skripsi dengan benar. Tidak lupa ucapan terimakasih juga kepada bapak **Sultan, S.Sos., M.Si** dan bapak **Ridwan Syam, S.Sos., M.Si** selaku penguji dimulai dari seminar proposal hingga ujian skripsi. Ucapan terimakasih juga sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

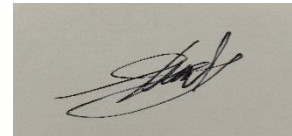
1. Keluarga yaitu kedua orang tua, **Syarifuddin** dan **Hj. Rusnah** serta saudara kandung penulis, **Sahrullah dan Ahmad Hafid**, yang tidak henti-hentinya memberikan penulisan limpahan dukungan dan kasih sayang.

2. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc** selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
3. **Dr. Phil Sukri, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. **Prof. Hasbi Marissangan, M.Si., Ph.D** selaku Ketua Departemen Sosiologi dan **Dr. Ramli AT, M.Si** selaku Sekretaris Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
5. **Bapak dan Ibu Dosen** yang telah mendidik penulis selama menempuh Pendidikan di Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. **Semua Staf karyawan FISIP Unhas dan Departemen Sosiologi** yang telah memberikan bantuan selama menjadi mahasiswa. Terutama **Pak Pasmudir, Pak Hidayat, dan Ibu Rosnaeni** yang memberi penulis kemudahan dalam penyusunan berkas.
7. **Kantor Desa Tonronge** yang telah memberikan izin serta data-data yang diperlukan oleh penulis selama proses penelitian.
8. Terimakasih kepada seluruh **Masyarakat di desa Tonronge** yang bersedia menjadi informan pada penelitian skripsi ini.
9. Terimakasih kepada **Andi Nilawati (Mbul)** yang selalu menemani dan mendukung saya baik dalam susah dan senang selama menyusun skripsi.
10. Terimakasih kepada teman saya di Ukm Bola Voli UNHAS, **Kak Mulla, Kak Gais, Kak Rika, Aan, dan teman-teman yang lain** yang

telah menemani dan saling mendukung dan mensupport satu sama lain.

11. Terimakasih kepada seluruh **teman-teman Sosiologi 2018** yang telah membantu saya dalam menyusun skripsi.
12. Terimakasih untuk teman-teman semuanya yang tidak sempat dituliskan Namanya satu per satu. Motivasi, *support* dan pelajaran yang penulis dapatkan akan senantiasa membekas dalam ingatan penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Makassar, 4 April 2023



AGUS SALIM.

ABSTRAK

AGUS SALIM. E031181320. Judul Skripsi “Strategi Warung Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Keberadaan Minimarket Di Desa Tonronge, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang”. Dibimbing oleh : Buhari Mengge dan Arsyad Genda. Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap *trust*, jaringan, pengelolaan warung tradisional. (2) untuk mengetahui Strategi warung tradisional mengatasi dampak keberadaan minimarket. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam yaitu metode penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif yang dibantu juga dengan metode penelitian kuantitatif di beberapa bagian. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi. Penentuan informan menggunakan *Purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat penurunan modal dan penurunan omset yang dimiliki oleh pemilik warung tradisional. (2) terdapat penurunan jumlah pembeli. (3) terjadi perubahan kepercayaan pembeli kepada warung tradisional. Adapun strategi yang digunakan oleh pemilik warung tradisional untuk mengatasi dampak keberadaan minimarket (1) mengurangi dan atau menambah stok barang dagangan. (2) menambah variasi barang dagangan. (3) merubah cara pengelolaan warung. (4) memperkuat jaringan dengan pembeli.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah agar pemerintah lebih memperhatikan warung tradisional dengan cara memberikan pelatihan mengenai pengelolaan usaha dan memperketat peraturan mengenai jarak minimarket agar mereka tidak semena-mena mendirikan minimarket, serta menindak lanjuti bagi perusahaan atau perorangan yang melanggarnya sehingga sehingga mampu bertindak adil kepada warung tradisional dan minimarket.

Kata Kunci : Dampak, Strategi, Minimarket, Warung Tradisional

ABSTRAC

AGUS SALIM. E031181320. **Thesis title "Strategy of Traditional Stalls in Overcoming the Impact of Minimarkets in Tonronge Village, Baranti District, Sidenreng Rappang Regency"**. Supervised by: Buhari Mengge and Arsyad Genda. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences.

This study aims to (1) determine the impact of the existence of minimarkets on trust, network, management of traditional stalls. (2) to find out the strategy for traditional stalls to overcome the impact of minimarkets. The research method used is a qualitative research method with a descriptive type which is also assisted by quantitative research methods in several sections. Data collection techniques using questionnaires, in-depth interviews, and observation. Determination of informants using purposive sampling.

The results of the study show that (1) there is a decrease in capital and a decrease in turnover owned by traditional shop owners. (2) there is a decrease in the number of buyers. (3) there is a change in buyer's trust in traditional stalls. The strategies used by traditional shop owners to overcome the impact of the presence of minimarkets (1) reduce and or increase the stock of merchandise. (2) increase the variety of merchandise. (3) change the management of stalls. (4) strengthen the network with buyers.

The advice given in this study is for the government to pay more attention to traditional stalls by providing training on business management and tightening regulations regarding minimarket spacing so that they do not arbitrarily set up minimarkets, as well as following up on companies or individuals who violate them so that they are able to act fairly towards them. traditional stalls and minimarkets.

Keywords : Impact, Strategy, Minimarkets, Traditional stalls

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRAC	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	7
A. Strategi Bertahan Hidup dan jaringan Sosial	7
B. Persaingan Warung Tradisional dan Minimarket	13
C. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan Penelitian	28
B. Strategi Penelitian	29
C. Teknik Penentuan Informan	30
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Teknik Analisis Data	32
F. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	34
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	33
A. Keadaan Geografi desa Tonronge	33
B. Keadaan Demografis desa Tonronge	34
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Profil Informan	39

B. Dampak Keberadaan Minimarket terhadap <i>Trust</i>, jaringan dan pengelolaan warung tradisional	43
a. Penurunan Modal dan Penurunan Omset.....	43
b. Penurunan Jumlah Pembeli sebelum dan setelah adanya minimarket	52
c. Perubahan Kepercayaan Pembeli kepada Warung Tradisional.....	56
C. Strategi warung tradisional mengatasi dampak keberadaan minimarket	60
a. Mengurangi dan atau Menambah Stok Barang Dagangan.....	60
b. Menambah Variasi Barang Dagangan	61
c. Merubah cara pengelolaan warung tradisional	63
d. Memperkuat Jaringan Dengan Pembeli	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. KESIMPULAN	66
B. SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA	69
Lampiran-Lampiran	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skema Rencana Penelitian	32
Tabel 4. 1 Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Tonronge Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Tonronge	36
Tabel 4. 2 Mata pencaharian masyarakat desa tonronge.....	37
Tabel 4. 3 Tingkat pendidikan masyarakat desa Tonronge.....	37
Tabel 4. 4 Sarana dan prasarana di desa Tonronge.....	38
Tabel 5. 1 Distribusi frekuensi berdasarkan karakteristik Responden Pemilik warung tradisional di Desa Tonronge	42
Tabel 5. 2 Modal pemilik warung tradisional desa Tonronge sebelum adanya Minimarket	44
Tabel 5. 3 Modal pemilik warung tradisional desa Tonronge sebelum adanya Minimarket	45
Tabel 5. 4 Perbandingan antara modal sebelum dan setelah adanya minimarket	45
Tabel 5. 5 Omset yang didapatkan pemilik warung tradisional perhari sebelum adanya minimarket	47
Tabel 5. 6 Omset yang didapatkan pemilik warung perhari setelah adanya minimarket	47
Tabel 5. 7 Perbandingan antara omset sebelum dan setelah adanya minimarket	48
Tabel 5. 8 Hasil perhari yang didapatkan pemilik warung tradisional setelah adanya minimarket	49
Tabel 5. 9 Hasil perhari yang didapatkan pemilik warung tradisional setelah adanya minimarket	50
Tabel 5. 10 Perbandingan Hasil Perhari Sebelum dan Hasil Perhari Setelah Adanya Minimarket.....	50
Tabel 5. 11 Perbandingan Hasil Perhari Sebelum dengan Omset Sebelum adanya Minimarket.....	51
Tabel 5. 12 Perbandingan Hasil Perhari Setelah dengan Omset Setelah adanya Minimarket.....	52
Tabel 5. 13 jumlah pembeli yang datang ke warung tradisional sebelum adanya minimarket	53
Tabel 5. 14 Jumlah Pembeli Setelah Adanya Minimarket minimarket	54
Tabel 5. 15 Perbandingan Antara Jumlah Pembeli Sebelum dan Setelah Adanya Minimarket.....	54
Tabel 5. 16 Perbandingan Omset Sebelum dengan Jumlah Konsumen Perhari sebelum adanya Minimarket	55
Tabel 5. 17 Perbandingan Omset Setelah dengan Jumlah Konsumen setelah Adanya Minimarket.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Desa Tonronge	33
--------------------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Skema Pemikiran	27
Bagan 4. 1 Sruktur Organisasi Desa Tonronge.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KOESIONER PENELITIAN DAN PEDOMAN WAWANCARA.....	73
Lampiran 2. DOKUMENTASI LOKASI PENELITIAN.....	80
Lampiran 3. PENGOLAHAN DATA KUANTITATIF.....	83
Lampiran 4. SURAT IZIN PENELITIAN.....	86
Lampiran 5. SURAT IZIN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	87
Lampiran 6. DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat telah lama mengenal kegiatan jual beli sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beraneka ragam. Dalam kegiatan jual beli, Pasar merupakan salah satu hal yang paling penting karena merupakan tempat untuk melakukan kegiatan tersebut, selain menjadi indikator paling nyata, pasar juga sebagai tempat dalam pemenuhan ekonomi masyarakat suatu wilayah (Ginting, 2018).

Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Sedangkan di pasar modern, barang- barang diperjualbelikan memiliki harga yang pas dan tidak dapat ditawar lagi dan memiliki sistem pelayanan sendiri. (Masyhuri & Utomo, 2017)

Pasar tradisional dikenal masyarakat dengan lingkungannya yang kotor dan kumuh, sehingga membuat pasar tradisional kalah menarik dibandingkan pasar modern. Selain itu, pedagang yang tidak tertampung, produk makanan siap saji yang kurang higienis, rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usaha, sulitnya menempati tempat yang sudah ditentukan dan membayar retribusi, status lahan, persaingan antar pasar sejenis menjadi permasalahan umum di pasar tradisional. (Timoer & Arline, 2019)

Salah satu jenis pasar tradisional merupakan warung tradisional, warung tradisional merupakan penyedia kebutuhan sehari-hari dan 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 warung tradisional tersebut, dan pada umumnya pada warung tradisional yang skala kecil pelayan toko merangkap sebagai kasir juga. Jadi, warung tradisional dapat dikatakan sebagai usaha mikro disesuaikan dengan pengertian menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang. (Pertiwi & Mumun, 2019)

Persaingan pasar tradisional dan pasar modern ini mendorong pemilik usaha untuk dapat terus meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk bersaing dengan toko modern sehingga pelanggan merasa puas dengan produk tersebut. Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreativitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. (mardhiyah & Aulia, 2021)

Pasar modern dibedakan menjadi pusat perbelanjaan dan toko modern. Pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertical maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang. (Saraswati, 2015)

Sedangkan Toko modern sendiri merupakan tempat yang memiliki sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran. Toko modern dibedakan menjadi minimarket, supermarket, hypermarket, department store dan perkulakan. Perbedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. Minimarket, supermarket dan hypermarket menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya secara eceran. Department Store menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi. Minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern (termasuk minimarket) lebih rapi, bersih dan praktis daripada pasar tradisional, meskipun tak sedikit pula masyarakat yang memilih loyal terhadap pasar tradisional. (Saraswati, 2015)

Salah satu pasar modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah minimarket dengan konsep waralaba atau franchise. Tumbuh pesatnya minimarket ke wilayah permukiman, berdampak buruk bagi warung tradisional yang telah berada di wilayah tersebut. Keberadaan minimarket saat ini menyebabkan warung-warung tradisional yang berada di

wilayah permukiman kehilangan pelanggan sehingga dapat mengurangi omset penjualan. Keberadaan minimarket yang jaraknya sangat berdekatan tentu akan memunculkan persaingan dan monopoli di wilayah tersebut. (IGusti, 2016)

Keberadaan minimarket yang menawarkan hal-hal yang tidak bisa disediakan oleh warung tradisional akhirnya menimbulkan perubahan pada pola dan gaya belanja masyarakat. Seiring dengan pesatnya sistem digitalisasi, aktivitas belanja menjadi banyak alternatif, baik dari segi pilihan tempat belanja maupun pilihan pembayaran. (Suhada, Siska, & Dewi, 2021)

Pada dasarnya warung tradisional memiliki keunggulan yakni bersaing secara alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh minimarket seperti keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli di warung tradisional dan dapat memperdekat secara emosional yang mana hal ini tidak akan kita dapatkan di minimarket, karena harga sudah pasti tertempel label harga. Adapun salah satu kelebihan minimarket dibanding warung tradisional salah satunya yaitu lengkapnya fasilitas seperti AC serta lokasinya yang bersih menjadikan masyarakat nyaman untuk berbelanja, kelebihan lain adalah kemampuan dalam menjalin kerjasama pada pemasok yang besar dan jangka waktu lama, dimana dapat meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. (Nur & Ismail, 2019)

Berkembangnya minimarket tentu saja tak lepas dari pertumbuhan ekonomi suatu daerah. dan juga mempengaruhi adanya pembangunan ekonomi di daerah tersebut. Secara umum pertumbuhan ekonomi diukur melalui

persentasi pertumbuhan pendapatan nasional secara riil. Pertumbuhan ekonomi tentunya berhubungan erat dengan konsumen, mereka yang mempengaruhi demand dan supply suatu pasar. (Rival, 2018)

Dengan pesatnya perkembangan minimarket bahkan telah masuk ke daerah pedesaan. Salah satunya di desa Tonronge, kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang. Berdiri sejak tahun 2020 minimarket ini dinilai oleh masyarakat mempermudah untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Melihat adanya perkembangan minimarket di desa Tonronge, kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang, peneliti tertarik ingin mengetahui kelangsungan usaha warung tradisional yang ada di sekitar minimarket tersebut, apakah ada perbedaan pendapatan sebelum dan setelah adanya minimarket. Apakah dengan adanya perkembangan minimarket kelangsungan warung tradisional akan tetap berjalan dan bagaimana cara pemilik warung tradisional agar dapat bersaing dan bertahan dengan minimarket. Berdasarkan uraian Latar Belakang yang ada diatas, maka peneliti mengangkat judul penelitian **“Strategi warung Tradisional dalam mengatasi dampak keberadaan MiniMarket di Desa Tonronge, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak keberadaan minimarket terhadap *trust*, jaringan, pengelolaan warung tradisional?
2. Bagaimana Strategi warung tradisional mengatasi dampak keberadaan minimarket?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui dampak keberadaan minimarket terhadap *trust*, jaringan, pengelolaan warung tradisional.
2. Mengetahui Strategi warung tradisional mengatasi dampak keberadaan minimarket.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritik

Secara Teoritik Penelitian ini diharapkan memberikan perkembangan bagi ilmu sosial, khususnya untuk untuk sosiologi Ekonomi.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan oleh penulis agar penulisan Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan pengetahuan untuk para pembaca khususnya untuk para pedagang tradisional,serta menjadi pertimbangan serta referensi bagi pengambil kebijakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini, penulis akan menguraikan pendekatan, teori, dan konsep yang mendasari penelitian ini sehingga menjadi landasan penulis memahami tema penelitian.

A. Strategi Bertahan Hidup dan jaringan Sosial

1) Strategi Bertahan Hidup

Berbicara mengenai strategi sering dikaitkan dengan kata bertahan hidup atau juga strategi bertahan hidup. Strategi bertahan hidup merupakan cara mempertahankan diri agar manusia bisa tetap melangsungkan hidupnya. Strategi bertahan hidup atau di sebut juga dengan *survival* berasal dari kata *survive* yang artinya mempertahankan hidup. Strategi bertahan hidup merupakan rencana tindakan atau kegiatan yang dikerjakan agar dapat hidup dalam situasi apapun. Strategi bisa dikatakan sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. (Firdaus, 2015)

Menurut Suharto, (2009) secara umum strategi bertahan hidup dapat didefinisikan,

“Sebagai kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya, strategi penanganan masalah ini pada dasarnya merupakan kemampuan segenap anggota keluarga dalam mengelola segenap aset yang dimilikinya”.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan dasar kehidupan, isu substansial yang selalu dihadapi oleh keluarga atau rumah tangga adalah bagaimana individu-individu yang ada didalamnya dapat berusaha maksimal dan bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehingga kelangsungan hidupnya terpelihara. Kusnadi, (2002).

Corner dalam Kusnadi, (2000) mengemukakan beberapa strategi yang dikembangkan untuk menjaga kelangsungan hidup, diantaranya adalah :

1. Melakukan beranekaragam pekerjaan untuk memperoleh penghasilan. Pekerjaan-pekerjaan yang tersedia di desa dan dapat merendahkan martabat pun akan tetap di terima kendati upah rendah, atau balasan berupa pangan membuat suatu pekerjaan menjadi lebih menarik.
2. Jika kegiatan-kegiatan tersebut masih kurang memadai, penduduk miskin akan berpaling pada sistem penunjang yang ada dilingkungannya. Sistem ikatan kekerabatan, ketetanggaan, dan pengaturan tukar-menukar secara timbal balik merupakan sumber daya yang sangat berharga bagi penduduk miskin. Dalam menghadapi penghasilan dan peluang yang semakin merosot tajam, penduduk miskin ini masih dapat bertahan dengan harapan para kerabat atau keluarganya, tetangga dan teman-temannya berbagai kelebihan apapun yang mereka miliki. Pola-pola hubungan sosial demikian memberi rasa aman dan terlindungi bagi orang miskin. Bekerja lebih banyak meskipun lebih sedikit masukan, strategi

yang bersifat konomis ini di tempuh untuk mengurangi tingkat kebutuhan konsumsi sehari-hari.

3. Memilih alternatif lain jika kedua alternatif di atas sulit dilakukan dan kemungkinan untuk tetap bertahan hidup di desa sudah sangat kritis. Rumah tangga miskin tersebut harus menghadapi pilihan terakhir agar segera meninggalkan desa dan bermigrasi ke kota.

2) Jaringan Sosial

a. Pengertian Jaringan Sosial

Jaringan sosial (social network), telah dilakukan sosiolog sejak 1960-an, biasanya dikaitkan dengan bagaimana pribadi-pribadi berhubungan antara satu sama lain dan bagaimana ikatan afiliasi melayani baik sebagai pelican dalam memperoleh suatu yang dikerjakan, sebagai jembatan untuk memudahkan antara satu pihak dengan pihak lainnya, maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial (Powell dan Smith-Doer,1994:365). Pada tingkatan antar individu, jaringan sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas diantara sejumlah orang dengan sifat tambahan, yang ciri-ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan, yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari individu-individu yang terlibat (Mitchell,1969). Pada tingkatan struktur, jaringan sosial dipahami sebagai pola atau struktur hubungan sosial yang meningkatkan dan atau menghambat perilaku orang untuk terlibat dalam

bermacam arena dari kehidupan sosial pada tataran struktur sosial.
(Samodra, 2018)

b. Tingkatan Jaringan

Jaringan dapat dilihat dari 3 tingkatan yang ada, yaitu tingkatan mikro, meso dan makro. Selanjutnya berikut ketiga tingkatan tersebut:

a) Jaringan Mikro

Jaringan sosial mikro merupakan bentuk jaringan yang selalu ditemukan dalam kehidupan kita sehari-hari. Manusia hidup bersama dengan orang lain, oleh karena itu, dalam hidupnya, seseorang anak manusia (individu) selalu ingin melakukan interaksi sosial dengan individu lainnya. Interaksi sosial tersebut mengkristal menjadi suatu hubungan sosial. Hubungan sosial yang terus menerus antar individu dapat menghasilkan suatu jaringan sosial diantara mereka.

b) Jaringan Meso

Jaringan sosial meso merupakan hubungan yang dibangun para aktor dengan dan atau di dalam kelompok sehingga terbentuk suatu ikatan maka dapat disebut sebagai jaringan sosial meso. Jaringan sosial meso ini dapat ditemukan dalam berbagai kelompok yang kita masuki atau miliki, seperti ikatan alumni, paguyuban, ikatan profesi, hobi dan lain sebagainya.

c) Jaringan Makro

Jaringan makro merupakan ikatan yang terbentuk karena terjalinnya simpul-simpul dari beberapa kelompok. Dengan kata lain, jaringan makro terajut dari ikatan antara dua kelompok atau lebih. Kelompok dalam konteks ini bias dalam bentuk organisasi, institusi atau bahkan bias pula Negara.

c. Jenis-Jenis Jaringan Sosial

Berdasarkan tinjauan hubungan sosial yang membentuk jaringan sosial dalam suatu masyarakat, jaringan sosial dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

Pertama: jaringan kekuasaan, merupakan jaringan hubungan-hubungan sosial yang dibentuk oleh hubungan-hubungan sosial yang bermuatan pada kekuasaan.

Pada jaringan power, konfigurasi-konfigurasi saling keterhubungan antar pelaku di dalamnya disengaja atau diatur. Tipe jaringan sosial ini muncul bila pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditargetkan membutuhkan tindakan kolektif, dan konfigurasi saling keterhubungan antar pelaku biasanya dibuat permanen. Hubungan-hubungan power ini biasanya ditujukan pada penciptaan kondisi-kondisi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

Kedua: jaringan kepentingan, merupakan jaringan hubungan-hubungan sosial yang dibentuk oleh hubungan-hubungan sosial yang bermuatan kepentingan.

Jaringan kepentingan terbentuk atas dasar hubungan-hubungan sosial yang bermakna pada “tujuan-tujuan” tertentu yang khusus yang ingin dicapai oleh para pelaku. Bila tujuan-tujuan tersebut sifatnya spesifik dan konkret seperti memperoleh barang, pelayanan, pekerjaan dan sejenisnya setelah tujuan-tujuan dari hubungan-hubungan tersebut tidak berkelanjutan. Bila tujuan-tujuan dari hubungan-hubungan sosial yang terwujud spesifik dan konkret seperti ini, struktur sosial yang lahir dari jaringan sosial tipe ini juga sebentar dan berubah-ubah. Namun, bila tujuan-tujuan tersebut tidak sekonkret dan spesifik seperti itu dan kebutuhan-kebutuhan untuk memperpanjang tujuan (tujuan-tujuan tampak selalu berulang), struktur yang terbentukpun menjadi relative stabil.

Ketiga: jaringan perasaan, merupakan jaringan hubungan-hubungan sosial yang terbentuk atas dasar hubungan sosial yang bermuatan peran.

Jaringan emosi terbentuk atas hubungan-hubungan sosial, dimana hubungan-hubungan sosial itu sendiri menjadi tujuan tindakan sosial, misalnya dalam pertemanan, percintaan dan hubungan kerabat, dan sejenisnya. Struktur sosial yang dibentuk oleh hubungan-hubungan emosi ini cenderung lebih mantap atau permanen. Maka, muncul sebagai konsekuensi suatu mekanisme yang fungsinya menjamin stabilitas struktur yang ada sehingga hubungan sosial semacam ini bisa dinilai semacam norma-norma yang dapat membatasi suatu tindakan sosial yang cenderung mengganggu kepermanenan struktur jaringan tersebut.

Dengan demikian, ada sejumlah kompleks nilai dan norma yang ditegakkan atas struktur hubungan guna memelihara keberlangsungan. (Samodra, 2018)

B. Persaingan Warung Tradisional dan Minimarket

Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli. Sedangkan pasar sendiri untuk saat ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu Pasar Tradisional dan Pasar Modern.

Berdasarkan Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern, didefinisikan bahwa Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. (Indrawati & Yovita, 2014)

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Seiring dengan perkembangan jaman, pasar mengalami perkembangan baik secara fisik (bangunan) dan non fisik (pelayanan). Pasar berkembang menjadi sebuah

kebutuhan yang harus dipenuhi karena faktor modernisasi. Istilah pasar tradisional dan pasar modern pun muncul ke permukaan. Keberadaan pasar yang kumuh, becek dan sempit mulai terlupakan dengan kehadiran pasar modern di tengah – tengah masyarakat. (Nurfadillah, Diakses pada tanggal 27 Juli 2022)

Salah satu jenis dari pasar tradisional yaitu Warung Tradisional yang merupakan toko yang dimiliki oleh perorangan dan biasanya dikelola sendiri oleh si pemilik. Yang menonjol dari warung tradisional adalah para penjual tidak bersedia menjual barang dalam jumlah banyak karena terbatasnya modal yang mereka miliki dan mereka tidak mempunyai sarana yang lengkap untuk menyimpan barang dagangannya, seperti kulkas. Yang menarik di warung tradisional adalah para penjual dan pembeli dapat bertemu langsung dan saling terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli terhadap barang-barang yang dijual.

Adapun manfaat warung tradisional yang dapat kita dapatkan ketika berbelanja menurut (Angkasawati & Devi, 2021) adalah:

- 1) Pasar tradisional buka lebih awal daripada tempat belanja lainnya aktifitasnya cukup unik. Ketika masih banyak tempat belanja lain yang masih tutup atau belum buka, warung tradisional dibuka lebih awal. Biasanya pedagang warung tradisional telah membuka warung mereka dari fajar. Kegiatan ini memudahkan pembeli yang ingin mencari bahan masakan atau bahan untuk dikulak. Seperti penjual bahan makanan yang membeli barang dagangan ke warung tradisional sebelum matahari terbit

dan setelah itu ia akan menjual barang dagangannya. Selain itu, pemilik tempat makan yang membutuhkan bahan untuk memasak lebih memilih warung tradisional sebagai tempat yang tepat untuk berbelanja.

2) Harga jauh lebih murah.

Tidak hanya menguntungkan dari segi waktu ketika kita membutuhkannya. Tetapi juga tentang harga warung tradisional sendiri, menyediakan barang dagangan dengan harga murah dibandingkan dengan tempat belanja lainnya.

3) Bisa menawar

Harga murah oleh penjual tetapi masih bisa dikurangi untuk lebih murah atau ditawar.

4) Bisa lebih akrab dengan penjual

Proses tawar-menawar dan transaksi di warung tradisional membuat kita akrab dan dikenal oleh penjual dan sebaliknya.

5) Berbelanja di warung tradisional berarti meningkatkan ekonomi rakyat kecil dan mencintai produsen lokal. Karena banyaknya supermarket yang merajalela, terutama di kota-kota besar.

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, department store, dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat. Di pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan, dan pelayanannya

dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Pasar modern antara lain supermarket, mall, mini market, Shopping Centre, Department Store, dan sebagainya. Barang yang di jual memiliki variasi jenis yang beragam dan mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai barang persediaan di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya alat pendingin udara. (Rusham, 2016)

Adapun ciri-ciri Minimarket (Masni, 2014) yaitu:

- a. Kelengkapan pasar modern menjadikan sangat efisien karena para pelanggan (konsumen) melakukan pekerjaan-pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh pramuniaga secara pribadi melayani konsumen berbelanja.
- b. Mempunyai penataan ruang yang membuat nyaman bagi pembeli.
- c. Pelanggan sendiri yang melakukan pembelian, berjalan sepanjang lorong-lorong yang tersedia, memilih barang sesuai keinginan dan mengisi kereta belanja atau keranjang belanja yang dibawa serta.
- d. Pasar swalayan lebih mencerminkan industrialisasi jasa.

C. Strategi Warung Tradisional

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Disamping itu banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh

karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah (Kasmir, 2006).Strategi merupakan cara umum yang akan ditempuh untuk mencapai arah tujuan tersebut. (Swastha & Irawan, 2008)

Adapun beberapa contoh strategi warung tradisional diantaranya :

1. Memperbanyak jenis barang yang diperjualkan dan menjual produk dengan kualitas yang tinggi dan terjamin dengan meninjau langsung barang dagangannya,hal ini dilakukan untuk mempertahankan mutu barang serta menjaga kepercayaan dari pelanggan.
2. Selalu memperbarui produknya dengan mengikuti perkembangan zaman dan trend yang sedang digemari masyarakat agar produknya tetap menarik di mata pelanggan.
3. Menetapkan jenis barang dagangannya agar pelanggan sudah tahu jenis barang yang dijual.
4. Menetapkan harga yang yang tidak terlalu tinggi dan hanya mengambil sedikit keuntungan agar pembeli tidak berpindah ke pedagang lain.
5. Memberikan potongan harga kepada pembeli yang membeli banyak barang sekaligus
6. Melakukan promosi dengan menawarkan produknya ke tetangganya serta orang-orang yang lewat depan tokonya.
7. Bersikap ramah kepada pelanggan dengan selalu senyum dan selalu berpakaian rapi saat melayani pelanggan. (Rohmania, 2020)

Keberadaan minimarket disatu sisi memberikan pilihan tempat berbelanja baru dan nyaman bagi masyarakat namun disisi lain keberadaan minimarket

dapat mengancam perkembangan usaha mikro jika tidak diatur oleh Pemerintah secara tepat. (Nur & Ismail, 2019)

Pada awalnya minimarket diperuntukan untuk masyarakat berpenghasilan menengah ke atas, seiring berjalannya waktu harga-harga barang di minimarket terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah. Pada saat ini, perusahaan retail dalam negeri seperti Alfamart dan Indomaret juga bersaing di industri retail Indonesia. Masyarakat yang selama ini loyal terhadap warung tradisional, mulai beralih ke minimarket yang lebih memberikan kemudahan karena memiliki gerai dimana-mana bahkan sampai ke kelurahan-kelurahan, memiliki harga yang terjangkau, dan kenyamanan yang di tawarkan oleh peritel yang berlabel minimarket, supermarket atau hypermarket. Banyaknya perusahaan retail di Indonesia tanpa adanya pengawasan dari pemerintah menyebabkan terjadinya kekacauan ekonomi karena dapat mematikan usaha-usaha yang sudah ada sejak lama di Indonesia.

Strategi warung tradisional untuk bersaing yaitu menarik simpati kepada setiap pembeli dengan bersikap sopan dan ramah serta membuka warung 24 jam. Selain menjual barang-barang pokok yang di jual minimarket warung tradisional juga menjual seperti bensin eceran, pulsa listrik dan beras literan.

Tabel 2. 1 Telaah Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan Dengan Peneliti
1	Flores Cantika Timoer dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana	Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Ditinjau Dari Strategi Bauran Pemasaran Di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Pasar Palasari Dan Griya Buah Batu)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa strategi bauran pemasaran Pasar Palasari berada dikategori cukup baik. Dari ketujuh dimensi yang diteliti, dinyatakan bahwa dimensi harga memiliki skor paling tinggi. Sedangkan dimensi dengan skor paling rendah adalah dimensi promosi. Strategi bauran pemasaran di pasar modern Griya Buah Batu berada pada kategori baik. Dari ketujuh dimensi yang diteliti, dinyatakan bahwa dimensi tempat memiliki skor paling tinggi. Sedangkan dimensi dengan skor paling rendah adalah dimensi harga.	Penelitian yang dilakukan oleh Flores Cantika Timoer dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian Kualitatif. Selain itu dalam penelitian Flores Cantika Timoer dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana mereka meneliti karakteristik pasar baik itu pasar tradisional maupun pasar modern, sedangkan peneliti berfokus pada strategi warung tradisional.
2	Muhammad Nur dengan Ismail Hasang	Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan minimarket di kota Parepare	Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Nur dan Ismail Hasan ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif berbeda dengan peneliti yang menggunakan metode kualitatif. Muhammad

		Usaha Mikro di Kota Parepare.		mempengaruhi perkembangan usaha mikro di kota Parepare. Keberadaan minimarket disatu sisi memberikan pilihan tempat berbelanja baru dan nyaman bagi masyarakat namun disisi lain keberadaan minimarket dapat mengancam perkembangan usaha mikro di kota Parepare jika tidak diatur oleh Pemerintah secara tepat.	Nur dan Ismail Hasan fokus meneliti dampak minimarket berbeda dengan peneliti yang fokus pada startegi warung tradisional.
3	Rival Nursema	Pengaruh Perkembangan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Warung Tradisional dan Strategi agar dapat bersaing dan Bertahan Hidup di 3 Kecamatan Kota Tangerang Selatan	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini bahwa strategi warung tradisional untuk bersaing yaitu menarik simpati kepada setiap pembeli dengan bersikap sopan dan ramah serta membuka warung 24 jam. Selain menjual barang-barang pokok yang di jual minimarket warung tradisional juga menjual seperti bensin eceran, pulsa listrik dan beras literan. Dengan	Pada Penelitian Rival Nursema ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif,berbeda dengan peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif.Rival Nursema juga melakukan penelitian di Kota Tangerang Selatan,seandainya peneliti melakukan penelitian di Kabupaten Sidenreng Rappang.Rival Nursema dalam penelitiannya hanya berfokus untuk meneliti Strategi warung tradisional bersaing dengan minimarket,seandainya peneliti juga meneliti dampak minimarket terhadap <i>trust</i> ,jaringan dan pengelolaan warung tradisional.

					strategi ini, warung tradisional akan terus berlangsung di masa dating	
4	Mahmudah dan Supri Utomo	Masyhuri Wahyudi	Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun	Kualitatif	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dampak keberadaan pasar modern Alfamart dan Indomaret terhadap pasar tradisional Sleko di Kota Madiun yaitu pedagang sayuran dan pedagang buah tidak mengalami pengaruh terhadap omset dan konsumen. Sedangkan dampak bagi pedagang sembako yakni mengalami turunnya omset dan berkurangnya konsumen. Oleh karena itu, keberadaan Alfamart dan Indomaret tidak menyebabkan menurunnya aktivitas pasar tradisional Sleko dalam hal jual beli. Pasar Sleko pun masih memiliki konsumen walaupun keberadaan Alfamart dan	Penelitian dari Mahmudah Masyhuri dan Supri Wahyudi Utomo hanya meneliti Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional, berbeda dengan peneliti yang juga meneliti strategi dari warung tradisional.

				Indomaret berlokasi di dekat pasar.	
5	Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia Safrin	Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern	Kualitatif	Hasil dari penelitian tersebut yaitu diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan usaha antara warung tradisional dengan toko modern yaitu harga, lokasi, pelayanan dan kelengkapan produk. Keberadaan toko modern tidak berpengaruh terhadap warung tradisional karena mereka memperhatikan strategi bersaing, yaitu dengan memperhatikan harga, lokasi, pelayanan dan kelengkapan produk.	Penelitian Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia Safrin hanya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan warung tradisional dengan toko modern, berbeda dengan peneliti yang meneliti mengenai strategi warung tradisional dalam menghadapi toko modern.

Kelima penelitian di atas menunjukkan adanya persamaan dan perbedaan dalam kajian penelitian penulis. Persamaan pada topik persaingan antara warung tradisional dengan minimarket, sedangkan perbedaan di dalam kajian penulis terletak pada bentuk upaya yang dilakukan oleh warung tradisional untuk menghadapi persaingan dari minimarket, selain dari itu penulis juga lebih memfokuskan dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan minimarket terhadap pendapatan warung tradisional. Maka dari itu penulis masih perlu dilakukan kajian kembali di dalam kajian penelitian sebelumnya terkait persaingan minimarket dengan warung tradisional diperlukan pengembangan untuk mengetahui lebih lanjut dampak yang ditimbulkan kedua persaingan tersebut. Atas dasar itu penelitian yang diajukan oleh penulis dengan judul: Strategi dan Upaya Warung Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Keberadaan MiniMarket di Desa Tonrongnge Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang.

D. Teori Pertukaran

Penelitian ini menggunakan teori Pertukaran yang digagas oleh Peter M. Blau. Blau merupakan salah satu tokoh penting dalam perkembangan teori pertukaran sosial. Teori Blau menekankan bagaimana relasi-relasi yang terjalin antara individu dengan individu maupun dengan lingkungannya dapat mempengaruhi perkembangan lembaga intitusi dan kelompok-kelompok masyarakat yang lebih besar. Blau memfokuskan perhatiannya pada kemunculan pengaturan-pengaturan sosial yang lebih luas dan berasal dari

asosiasi-asosiasi antar aktor sosial. Ia lebih menekankan pada hubungan antara struktur sosial tingkat mikro dengan struktur sosial tingkat makro (Haryanto :2016).

Konsep pertukaran sosial yang di sampaikan Blau terbatas pada tindakan-tindakan yang kontingen, dimana tindakan tersebut bergantung pada bagaimana reaksi yang diberikan individu terhadap suatu tindakan. Suatu tindakan akan hilang maknanya jika reaksi yang diberikan oleh individu lain tidak sesuai dengan yang di harapkan. Individu dalam membangun relasi dengan individu lain memiliki alasan yang berbeda-beda dalam setiap asosiasi social yang dibangun. Dari terbentuknya relasi-relasi tersebut setiap imbalan atau *reward* yang diterima akan melanggengkan ikatan, sebaliknya jika imbalan yang diterima tidak sesuai harapan atau tidak memadai, maka relasi tersebut mungkin saja terputus. Tidak mungkin selamanya individu-individu tersebut mampu membrikan imbalan yang setara secara terus menerus, maka ketika terjadi ketimpangan dalam hal imbalan, disinilah akan muncul perbedaan kekuasaan dalam asosiasi sosial. Imbalan atau *reward* dalam hal ini tidak hanya dalam bentuk ekstrinsik (uang, kerja fisik), tetapi juga dalam bentuk intrinsik (cinta, kasih, hormat) (Ritzer :2008).

Dengan demikian maka hubungan antara Teori Peter M. Blau dengan strategi yang digunakan oleh pemilik warung tradisional untuk mengatasi dampak keberadaan minimarket bahwa pemilik dari warung tradisional berusaha untuk melakukan relasi dengan masyarakat sekitar selaku konsumen

atau pelanggan dengan menggunakan beberapa strategi agar pemilik warung tradisional dapat tetap memiliki pembeli dan dapat bersaing dengan minimarket. Strategi yang digunakan oleh pemilik warung tradisional bertujuan untuk mempertahankan hubungan dengan pembeli agar pembeli tidak pindah berbelanja ke minimarket. dan apabila pemilik dari warung tradisional menggunakan strategi yang tepat maka pembeli akan selalu datang kembali untuk berbelanja dikarenakan merasa puas.

E. Kerangka Pemikiran

Munculnya minimarket di tengah-tengah masyarakat menjadi berpengaruh terhadap warung tradisional sehingga bisa mempengaruhi eksistensi dan keberadaan warung tradisional. Tren warung modern dalam hal ini minimarket mengalami perkembangan yang sangat pesat bukan hanya hadir di kota-kota besar melainkan sudah masuk di daerah pedesaan salah satunya di Desa Tonrong Kecamatan Baranti kabupaten Sidenreng Rappang. Peningkatan yang terjadi dikarenakan jumlah penduduk yang semakin pesat dan perekonomian masyarakat semakin meningkat. Dengan meningkatnya perekonomian masyarakat secara tidak langsung akan meningkatkan daya beli dan kebutuhan yang semakin bertambah, dan kenyamanan dalam berbelanja lebih diutamakan, serta kualitas barang juga lebih diperhatikan oleh konsumen.

Berbagai upaya yang harus dilakukan oleh warung tradisional untuk meminimalisir persaingan yang terjadi, terutama kualitas produk, harga, kenyamanan tempat dan pelayanan, tentu ini akan menjadi perhatian khusus untuk menghadapi persaingan pasar, karena apabila hal tersebut tidak menjadi

perhatian maka keberadaan warung tradisional di tengah-tengah masyarakat akan kalah bersaing dengan warung modern yakni mini market, meskipun berbagai dampak yang akan ditimbulkan melalui persaingan tersebut baik dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan.

Bagan 2. 1 Skema Pemikiran

