



Dampak Keberadaan Minimarket Modern terhadap Pendapatan Warung Kelontong di Kabupaten Bone dalam Perspektif Ekonomi Islam

Asma¹, Nuraifa Umayra Santi², Muhammad Tedy Gunawan³, Sitti Nikmah Marzuki⁴

¹ IAIN BONE, Indonesia

² IAIN BONE, Indonesia

³ IAIN BONE, Indonesia

⁴ IAIN BONE, Indonesia

* CORRESPONDENCE: ✉ asmaasdar446@gmail.com, nuraifaumaya18@gmail.com, tedygunaaone@gmail.com, nikmah.marzuki@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan minimarket modern terhadap pendapatan warung kelontong di Kabupaten Bone serta mengkaji fenomena tersebut dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap tiga pemilik warung kelontong yang berada di sekitar minimarket modern di Kabupaten Bone. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket modern memberikan dampak terhadap pendapatan warung kelontong yang ditandai dengan berkurangnya jumlah pelanggan dan menurunnya omzet penjualan. Namun, besarnya dampak yang dirasakan oleh masing-masing informan berbeda-beda, bergantung pada lokasi usaha, karakteristik pelanggan, serta kemampuan pemilik warung dalam beradaptasi dengan perubahan persaingan. Untuk mempertahankan usahanya, para pedagang menerapkan berbagai strategi, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, melayani pembelian secara eceran, memberikan fasilitas pembelian secara utang kepada pelanggan tetap, memperpanjang jam operasional, serta menambah variasi barang sesuai kebutuhan masyarakat. Dalam perspektif ekonomi Islam, keberadaan minimarket modern pada dasarnya tidak bertentangan dengan prinsip syariah selama persaingan dilakukan secara adil, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Namun, penelitian ini menunjukkan perlunya peran pemerintah dalam menciptakan persaingan usaha yang lebih berkeadilan melalui kebijakan yang mendukung keberlangsungan usaha mikro agar tercipta kemaslahatan bagi seluruh pelaku ekonomi.

Article Info

Article History

Received : 10-07-2026,

Revised : 27-07-2026,

Accepted : 30-07-2026

Keywords:

Minimarket Modern;
Warung Kelontong;
Pendapatan;
Strategi Bertahan;
Kabupaten Bone

PENDAHULUAN

Kabupaten Bone menempati posisi strategis sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi regional di koridor timur Provinsi Sulawesi Selatan. Berdasarkan data makro yang dirilis resmi oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dalam laporan Kabupaten Bone dalam Angka 2025 serta rilis pertumbuhan sektoral 2026, kategori perdagangan besar dan eceran secara konsisten menopang laju Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah dengan tren yang terus meningkat pasca-pandemi. Dinamika ini ditandai dengan perubahan struktural lanskap distribusi barang konsumsi, di mana penetrasi jaringan retail modern berjejaring nasional

(Indomaret dan Alfamart) tumbuh sangat agresif. Ekspansi gerai modern ini tidak lagi hanya terkonsentrasi pada pusat perkotaan Watampone (Kecamatan Tanete Riattang, Tanete Riattang Barat, dan Tanete Riattang Timur), tetapi telah mengalami perluasan jangkauan hingga wilayah kecamatan penyangga dan beberapa kawasan pedesaan di Kabupaten Bone. Berdasarkan data Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Bone, jumlah gerai minimarket modern menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun sehingga memperlihatkan adanya ekspansi pasar ritel modern di daerah tersebut.(Bone, 2026)

Pertumbuhan masif kapital ritel berskala besar tersebut melahirkan polarisasi ekonomi dan ketimpangan pasar yang sangat asimetris bagi para pedagang kecil. Berdasarkan pendataan komprehensif Potensi Desa (Podes) mutakhir oleh BPS, warung kelontong tradisional merupakan pilar utama penyerap tenaga kerja informal dan penyedia kebutuhan pokok harian utama yang tersebar di hampir seluruh desa dan kelurahan di Kabupaten Bone. Namun, ketika minimarket modern hadir menawarkan keunggulan berupa standarisasi kenyamanan, promosi harga murah berbasis subsidi silang korporasi, serta keandalan rantai pasok terintegrasi, posisi tawar warung tradisional yang dikelola secara swadaya dengan modal terbatas menjadi sangat rentan. Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kehadiran minimarket modern berpotensi memengaruhi omzet dan pendapatan warung kelontong tradisional, meskipun besarnya dampak berbeda pada setiap wilayah bergantung pada karakteristik pasar dan tingkat persaingan yang terjadi.(Statistik, 2025)

Apabila realitas empiris yang terjadi di Kabupaten Bone tersebut dianalisis melalui lensa makro yang lebih luas dalam kerangka normatif, aktivitas pasar dan relasi bisnis tidak boleh semata-mata mengabdikan pada kebebasan pasar tanpa batas (*laissez-faire*) yang memicu kanibalisme usaha. Berdasarkan prinsip Ekonomi Islam kontemporer, kebebasan individu dalam kepemilikan dan perdagangan diakui secara penuh, namun wajib diikat oleh pilar keadilan distributif serta penegakan asas kemaslahatan umum (*maslahah*). Sistem etika Islam melarang keras segala bentuk persaingan usaha tidak sehat yang mengarah pada pematikan mata pencaharian pihak lain, eksploitasi kekuatan kapital, maupun praktik monopoli dan iktikar yang merugikan hajat hidup orang banyak. Oleh karena itu, harmoni sosial dalam muamalah menuntut adanya penyeimbang moral melalui konsep *ta'awun* (tolong-menolong) serta optimalisasi peran regulasi pasar yang berkeadilan sosial demi memproteksi kelompok ekonomi lemah agar tidak tereliminasi dari roda perputaran ekonomi umat.(Karim, 2014)

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberadaan minimarket modern berpengaruh terhadap penurunan omzet maupun pendapatan warung kelontong tradisional. Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran besarnya pengaruh antarvariabel. Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana pedagang warung kelontong memaknai kehadiran ritel modern, strategi adaptasi yang mereka lakukan, serta bagaimana nilai-nilai Ekonomi Islam memengaruhi proses bertahan usaha mereka. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan kualitatif dengan perspektif Ekonomi Islam sehingga diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman, strategi adaptasi, dan makna yang dibangun oleh pedagang warung kelontong di Kabupaten Bone. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh keberadaan

minimarket terhadap omzet atau pendapatan warung tradisional, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif Ekonomi Islam untuk mengkaji pengalaman, strategi adaptasi, serta pemaknaan pedagang warung kelontong dalam menghadapi persaingan ritel modern di Kabupaten Bone. (Chapra, 2024)

Berdasarkan kesenjangan nyata antara realitas lapangan dengan kerangka teoretis Ekonomi Islam tersebut, penelitian ini menjadi sangat relevan dan penting untuk dilaksanakan. Pemilihan lokus di Kabupaten Bone dinilai sangat kontekstual mengingat daerah ini merupakan wilayah religius dengan falsafah budaya lokal yang luhur, namun kini tengah menghadapi pergeseran sosial-ekonomi kapitalistik yang masif di sektor ritel. Melalui pendekatan kualitatif induktif, penelitian ini berkomitmen mengurai, memahami, dan mendekonstruksi makna subjektif dari dampak ekonomi yang dialami pedagang kecil. Guna mewujudkan tujuan akademis tersebut secara komprehensif, peneliti mengangkat judul penelitian: "Dampak Keberadaan Minimarket Modern terhadap Pendapatan Warung Kelontong di Kabupaten Bone dalam Perspektif Ekonomi Islam".

KAJIAN PUSTAKA

1) Eksistensi Minimarket Modern dan Warung Kelontong

a) Konsep Minimarket Modern

Minimarket modern merupakan salah satu bentuk pasar eceran (ritel) yang dalam pengelolaannya menggunakan manajemen modern, mengutamakan kenyamanan berbelanja, kepastian harga (menggunakan *barcoding/fixed price*), serta sistem pelayanan mandiri (*self service*). (Ma'ruf, 2005) Perkembangan ritel modern ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan tempat belanja yang bersih, sejuk (ber-AC), dan menyediakan produk yang tertata rapi.

Dalam regulasi di Indonesia, kehadiran ritel modern diatur secara ketat guna menjaga keseimbangan ekosistem pasar, terutama terkait zonasi dan jarak dengan pasar tradisional atau warung masyarakat. (*Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern*, 2007) Namun, ekspansi ritel modern yang masif hingga ke tingkat kecamatan di Kabupaten Bone sering kali menciptakan tumpang tindih pasar (*market overlap*) dengan pelaku usaha lokal.

Dalam perspektif ekonomi ritel, perkembangan minimarket modern dipengaruhi oleh kemampuan menciptakan efisiensi operasional, standar pelayanan, serta kemudahan akses bagi konsumen. Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa ekspansi ritel modern juga menimbulkan konsekuensi terhadap keberlangsungan usaha mikro, khususnya warung kelontong tradisional, karena meningkatnya intensitas persaingan harga, variasi produk, serta perubahan preferensi konsumen dalam berbelanja.

b) Eksistensi

Warung kelontong memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal karena menjadi salah satu bentuk usaha mikro yang menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat sekaligus menyerap tenaga kerja keluarga. Selain memberikan akses barang bagi masyarakat di lingkungan sekitar, warung kelontong juga berkontribusi terhadap

perputaran ekonomi lokal melalui hubungan sosial yang erat dengan konsumen. Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa ekspansi ritel modern meningkatkan tekanan persaingan sehingga sebagian warung kelontong mengalami penurunan jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan daya saing apabila tidak melakukan strategi adaptasi usaha. (Tohar, 2000)

Dalam perspektif Ekonomi Islam, persaingan usaha pada dasarnya diperbolehkan selama dilaksanakan secara adil, jujur, dan tidak mengandung unsur *ihtikār* (monopoli), *tadlīs* (penipuan), maupun praktik yang merugikan pelaku usaha lain. Oleh karena itu, keberadaan minimarket modern bukan dipandang sebagai sesuatu yang bertentangan dengan syariah, melainkan perlu dievaluasi berdasarkan cara persaingan tersebut berlangsung. Apabila ekspansi ritel modern menyebabkan persaingan yang tidak seimbang sehingga mengurangi kesempatan usaha pelaku UMKM tanpa memperhatikan prinsip keadilan dan kemaslahatan, maka kondisi tersebut menjadi perhatian dalam perspektif Ekonomi Islam. Sebaliknya, apabila persaingan mendorong peningkatan kualitas pelayanan, efisiensi usaha, dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat, maka persaingan tersebut tetap berada dalam koridor syariah. Pandangan ini sejalan dengan penelitian mengenai persaingan ritel modern dan ritel tradisional dalam perspektif Ekonomi Islam yang menekankan pentingnya persaingan yang sehat, bebas dari praktik monopoli, dan tetap memperhatikan kemaslahatan seluruh pelaku usaha. (Sukirno, 2016)(Kasmir, 2013)(Kotler & Keller, 2009)

2) Perspektif Ekonomi Islam terhadap Persaingan Pasar dan Pendapatan

a) Prinsip Kebebasan dan Keadilan Bertransaksi (*Al-Hurriyah al-Iqtisadiyah*)

Ekonomi Islam mengakui adanya kebebasan bagi setiap individu untuk menghidupkan lahan ekonomi dan melakukan perdagangan di pasar. Rasulullah SAW sangat menghormati mekanisme pasar yang sehat dan tidak menetapkan harga (*tas'ir*) selama harga tersebut terbentuk karena penawaran dan permintaan alami. (Karim, 2014) Namun, kebebasan ini dibatasi oleh prinsip keadilan (*'adalah*). Persaingan bisnis tidak boleh melahirkan monopoli (*ihtikar*) atau praktik korporasi yang bertujuan mematikan usaha pihak lain yang lebih lemah (*predatory pricing* atau *al-ba'i al-fasiid*). (Sholahuddin, 2007).

Q.S An-Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat tersebut menegaskan bahwa aktivitas perdagangan dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan (*an-tarāḍin minkum*), keadilan, dan tidak mengandung unsur yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, persaingan antara minimarket modern dan warung kelontong pada dasarnya diperbolehkan selama berlangsung secara

sehat, tidak mengandung praktik monopoli, dan tetap memberikan kesempatan yang adil bagi seluruh pelaku usaha.

b) Konsep Rezeki dan Keberkahan Pendapatan

Dalam pandangan Islam, pendapatan atau rezeki tidak semata-mata dilihat dari kuantitas nominal (materiil), melainkan dari aspek keberkahan (*barakah*). (Mannan, 1997) Pendapatan yang sedikit namun diperoleh secara halal dan membawa ketenangan jauh lebih utama daripada pendapatan besar yang mematikan kemaslahatan umat. Pemilik warung kelontong diajarkan untuk bersikap tawakal, sementara pelaku ritel modern dituntut memiliki etika bisnis Islam (saling menguntungkan, tidak curang, dan peduli lingkungan sosial/bantu-membantu).

Q. S Ibrahim : 7

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Artinya :

(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, keberkahan rezeki tidak hanya ditentukan oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh rasa syukur, kejujuran, dan cara memperoleh pendapatan tersebut.

c) Konsep Kemaslahatan (*Maslahah Mursalah*) dan Larangan Memberi Bahaya (*La Darar wa La Dirar*)

Kehadiran minimarket modern secara satu sisi membawa kemaslahatan berupa lapangan kerja dan kemudahan akses barang bagi konsumen. Namun, jika kehadirannya justru menimbulkan bahaya (*darar*) sistematis berupa matinya sumber pendapatan para pemilik warung kelontong di daerah seperti Kabupaten Bone, maka pemerintah selaku penguasa (*ulil amri*) wajib melakukan intervensi kebijakan sesuai kaidah *tasharruf al-imam 'ala al-ra'iyah manuthun bil maslahah* (kebijakan pemimpin harus berorientasi pada kemaslahatan rakyat).

Q.S Al-Anbiya : 10

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya :

Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Prinsip kemaslahatan dalam ekonomi Islam bertujuan mewujudkan manfaat bagi seluruh masyarakat sehingga kebijakan ekonomi tidak boleh hanya menguntungkan kelompok tertentu tetapi juga harus melindungi keberlangsungan usaha masyarakat kecil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan

untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang dialami oleh pemilik warung kelontong terkait dampak keberadaan minimarket modern terhadap pendapatan usaha mereka. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengungkap pandangan dan pengalaman para pelaku usaha mengenai persaingan usaha yang terjadi serta meninjaunya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang utuh mengenai perubahan pendapatan, strategi bertahan yang dilakukan pedagang, serta pemaknaan mereka terhadap konsep rezeki, keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Bone merupakan salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan minimarket modern yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Keberadaan minimarket modern yang semakin meluas hingga ke tingkat kecamatan dipandang memiliki potensi memengaruhi keberlangsungan usaha warung kelontong yang telah lama menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer yang diperoleh secara langsung dari informan penelitian melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang, yang merupakan pemilik warung kelontong. Data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, skripsi, peraturan perundang-undangan, laporan Badan Pusat Statistik (BPS), serta dokumen lain yang berkaitan dengan minimarket modern, warung kelontong, dan ekonomi Islam.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas perdagangan pada warung kelontong dan minimarket modern, kondisi lokasi usaha, jumlah pengunjung, serta berbagai fenomena yang berkaitan dengan persaingan usaha. Kemudian wawancara, dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang bersifat semi-terstruktur. Peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan, namun tetap memberikan keleluasaan kepada informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih mendalam sesuai dengan fokus penelitian. Setiap wawancara berlangsung selama kurang lebih 30–60 menit dan dilaksanakan secara tatap muka di lokasi usaha masing-masing informan. Selama proses wawancara, peneliti mencatat informasi penting serta merekam percakapan setelah memperoleh persetujuan dari informan untuk memudahkan proses transkripsi dan analisis data. Selanjutnya yaitu dokumentasi, dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen, foto, catatan lapangan, data statistik, dan sumber tertulis lainnya yang mendukung penelitian.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti mentranskripsikan seluruh hasil wawancara, kemudian menyeleksi informasi yang relevan dengan fokus penelitian mengenai dampak keberadaan minimarket modern terhadap pendapatan warung kelontong dalam perspektif Ekonomi Islam. Selanjutnya dilakukan proses *coding* dengan memberikan kode pada setiap data yang memiliki makna serupa, kemudian mengelompokkannya ke dalam beberapa tema, seperti perubahan pendapatan, perubahan jumlah pelanggan, strategi adaptasi pedagang,

persepsi terhadap persaingan usaha, serta implementasi nilai-nilai Ekonomi Islam. Tema-tema tersebut kemudian disajikan secara naratif dan dianalisis dengan menghubungkan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta teori yang digunakan. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan dan verifikasi secara berulang untuk memastikan bahwa interpretasi yang diperoleh sesuai dengan data yang ditemukan di lapangan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu Triangulasi sumber, dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, Triangulasi teknik, dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dan Triangulasi waktu, dengan melakukan pengecekan data pada waktu yang berbeda guna memperoleh data yang lebih valid dan konsisten.

Dengan menggunakan metode tersebut, diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan temuan yang objektif, mendalam, dan komprehensif mengenai dampak keberadaan minimarket modern terhadap pendapatan warung kelontong di Kabupaten Bone serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Keberadaan Minimarket Modern

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada tiga informan, diperoleh temuan bahwa keberadaan minimarket modern telah memberikan perubahan terhadap pola belanja masyarakat di sekitar lokasi usaha warung kelontong.

“Sebelum minimarket buka di dekat sini, pelanggan saya cukup ramai, terutama pagi dan sore hari. Setelah ada minimarket, sebagian pelanggan lebih memilih belanja di sana karena tempatnya lebih nyaman, bersih, dan barangnya lebih lengkap. Akibatnya pendapatan warung saya juga mulai berkurang dibandingkan sebelumnya.” (Informan 1)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen dipengaruhi oleh kenyamanan berbelanja, kelengkapan produk, dan kualitas fasilitas yang ditawarkan minimarket modern.

“Memang ada pelanggan yang berpindah ke minimarket, tetapi masih banyak pelanggan tetap yang berbelanja di warung saya karena sudah saling mengenal. Mereka juga sering membeli secara utang atau dalam jumlah kecil, sehingga sampai sekarang warung ini masih bisa bertahan.” (Informan 2)

Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan sosial, kedekatan emosional, serta fleksibilitas transaksi masih menjadi keunggulan kompetitif warung kelontong dibandingkan minimarket modern.

“Menurut saya, keberadaan minimarket memang memengaruhi usaha kami, tetapi tidak semua pelanggan berpindah. Sebagian tetap datang karena lokasi warung lebih dekat dengan rumah mereka dan sudah terbiasa berbelanja di sini.” (Informan 3)

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan dan kedekatan lokasi usaha masih menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha warung kelontong.

Ketiga informan sama-sama mengakui bahwa sejak minimarket mulai beroperasi, terjadi perubahan perilaku konsumen yang berdampak pada berkurangnya jumlah pelanggan yang berbelanja di warung mereka. Meskipun demikian, tingkat pengaruh yang dirasakan oleh

masing-masing informan tidak sepenuhnya sama karena dipengaruhi oleh karakteristik usaha, lama usaha, lokasi, serta loyalitas pelanggan yang dimiliki.

Informan ke-1 mengungkapkan bahwa minimarket mulai beroperasi di sekitar lokasi usahanya sekitar sepuluh tahun yang lalu. Sejak saat itu, ia mulai merasakan penurunan jumlah pelanggan, terutama pada waktu-waktu yang sebelumnya menjadi jam ramai pembeli, seperti pagi dan sore hari. Menurut informan, banyak pelanggan yang beralih ke minimarket karena tempatnya lebih nyaman, bersih, serta menyediakan berbagai jenis barang yang lebih lengkap. Sementara itu, informan ke-2 juga menyampaikan bahwa keberadaan minimarket memberikan pengaruh terhadap jumlah pelanggan warungnya. Meskipun demikian, ia menilai bahwa masih terdapat pelanggan yang tetap memilih berbelanja di warung karena faktor kedekatan lokasi, hubungan sosial yang telah terjalin lama, serta kemudahan membeli barang dalam jumlah kecil maupun secara eceran. Berbeda dengan kedua informan tersebut, Informan ke-3 mengemukakan bahwa keberadaan minimarket memang menyebabkan sebagian pelanggan beralih, tetapi dampaknya tidak terlalu besar karena sebagian besar pelanggan tetap masih mempertahankan kebiasaan berbelanja di warung miliknya.

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, dapat diinterpretasikan bahwa keberadaan minimarket modern tidak secara langsung menghilangkan eksistensi warung kelontong, tetapi mendorong terjadinya perubahan struktur persaingan usaha pada sektor ritel. Temuan ini menunjukkan bahwa daya saing warung kelontong tidak lagi hanya ditentukan oleh faktor harga, melainkan juga oleh kemampuan pedagang membangun hubungan sosial dengan pelanggan, memberikan fleksibilitas transaksi, serta mempertahankan kepercayaan konsumen. Kondisi tersebut sejalan dengan teori keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang menjelaskan bahwa pelaku usaha dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya melalui keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing, seperti kedekatan emosional dengan pelanggan dan pelayanan yang bersifat personal. Temuan penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian Sabrina Wahyu Rizky dkk. (2024) yang menyatakan bahwa ekspansi minimarket modern mengubah perilaku belanja masyarakat sehingga berdampak pada penurunan jumlah pelanggan warung kelontong. Namun demikian, penelitian ini memberikan temuan yang lebih spesifik bahwa hubungan sosial antara pedagang dan pelanggan masih menjadi modal sosial yang mampu mempertahankan keberadaan warung kelontong di tengah persaingan ritel modern. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi penelitian terdahulu, tetapi juga menunjukkan adanya dimensi sosial yang berperan penting dalam keberlangsungan usaha mikro.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha tidak selalu dimaknai sebagai ancaman, tetapi juga sebagai dorongan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kejujuran, serta profesionalisme dalam berdagang. Prinsip *fastabiqul khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan) dan larangan melakukan praktik bisnis yang merugikan pihak lain menjadi landasan agar persaingan berlangsung secara sehat dan memberikan kemaslahatan bagi seluruh pelaku usaha.

b. Dampak terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, diperoleh temuan bahwa keberadaan minimarket modern memberikan dampak terhadap pendapatan warung kelontong,

meskipun tingkat pengaruh yang dirasakan oleh masing-masing informan berbeda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain lokasi usaha, jenis barang yang dijual, karakteristik pelanggan, serta strategi yang diterapkan oleh masing-masing pemilik warung dalam menghadapi persaingan dengan minimarket modern.

Informan ke-1 menyatakan bahwa sebelum minimarket beroperasi, pendapatan usahanya relatif stabil dan mampu memenuhi kebutuhan keluarga sekaligus menambah persediaan barang dagangan. Namun, setelah minimarket hadir di sekitar lokasi usahanya, Informan memperkirakan bahwa omzet usahanya mengalami penurunan sekitar 25–30% berdasarkan perbandingan rata-rata penjualan harian sebelum dan sesudah minimarket mulai beroperasi. Persentase tersebut merupakan estimasi informan karena usaha belum memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur. Penurunan tersebut terutama terjadi pada penjualan produk-produk yang memiliki kesamaan dengan barang yang dijual di minimarket, seperti minuman kemasan, sabun, serta makanan ringan. Menurut informan, konsumen lebih tertarik berbelanja di minimarket karena sering menawarkan program diskon dan promosi yang sulit diikuti oleh warung kelontong yang memiliki keterbatasan modal.

Temuan yang hampir sama juga disampaikan oleh informan ke-2. Ia menjelaskan bahwa sebelum minimarket hadir, pendapatan warungnya cenderung stabil dengan jumlah pelanggan yang cukup ramai setiap hari, khususnya masyarakat sekitar yang telah menjadi pelanggan tetap. Akan tetapi, setelah minimarket mulai beroperasi, terjadi penurunan omzet penjualan, terutama pada kelompok barang kebutuhan rumah tangga yang juga tersedia di minimarket. Walaupun demikian, informan ke-2 mengungkapkan bahwa penurunan tersebut tidak sampai menyebabkan usahanya kehilangan seluruh pelanggan. Sebagian konsumen masih memilih berbelanja di warungnya karena faktor kedekatan lokasi, kemudahan memperoleh barang dalam jumlah kecil, serta hubungan sosial yang telah terjalin selama bertahun-tahun.

Sementara itu, informan Informan ke-3 mengemukakan bahwa keberadaan minimarket memang menyebabkan adanya penurunan pendapatan, tetapi dampaknya tidak terlalu besar dibandingkan dengan dua informan lainnya. Menurutnya, warung kelontong masih memiliki peluang untuk mempertahankan pendapatan karena masyarakat sekitar tetap membutuhkan tempat berbelanja yang dekat dengan tempat tinggal serta menyediakan pembelian secara eceran. Selain itu, pelanggan tetap yang telah lama mengenal pemilik warung menjadi salah satu faktor yang membantu menjaga stabilitas pendapatan meskipun tingkat persaingan semakin meningkat.

Tabel 1
Ringkasan Dampak Pendapatan Warung Kelontong

Informan	Kondisi Sebelum Mini Market	Kondisi Setelah Mini Market	Faktor Penyebab
Informan 1	Pendapatan relatif stabil	Penurunan omzet sekitar 25–30%	Konsumen beralih ke minimarket karena promosi, kenyamanan, dan kelengkapan barang

Informan 2	Pendapatan stabil dengan pelanggan tetap	Penurunan omzet namun tidak terlalu besar	Masih memiliki pelanggan loyal dan melayani pembelian eceran
Informan 3	Pendapatan cukup stabil	Penurunan relatif kecil	Lokasi dekat pemukiman, pelanggan tetap, dan pelayanan personal

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa keberadaan minimarket modern berimplikasi pada perubahan tingkat pendapatan warung kelontong. Meskipun seluruh informan mengalami penurunan omzet, besarnya penurunan tidak bersifat seragam. Hal ini menunjukkan bahwa dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh minimarket sangat dipengaruhi oleh kemampuan masing-masing pelaku usaha dalam mempertahankan pelanggan serta menyesuaikan strategi bisnisnya dengan kondisi persaingan yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori yang dikemukakan oleh Sadono Sukirno yang menyatakan bahwa pendapatan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh jumlah permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Ketika konsumen mulai mengalihkan permintaannya kepada pelaku usaha lain yang dianggap mampu memberikan manfaat lebih besar, maka volume penjualan akan menurun sehingga berdampak langsung terhadap pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha tersebut. Dalam konteks penelitian ini, keberadaan minimarket menyebabkan sebagian permintaan masyarakat bergeser dari warung kelontong menuju ritel modern sehingga omzet penjualan warung mengalami penurunan.

Selain itu, teori Philip Kotler mengenai perilaku konsumen juga menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kenyamanan tempat berbelanja, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, harga, serta promosi yang ditawarkan. Minimarket modern mampu memenuhi berbagai kebutuhan tersebut melalui sistem pelayanan yang lebih modern, tata letak produk yang lebih teratur, lingkungan belanja yang bersih, serta promosi yang dilakukan secara rutin. Kondisi tersebut memberikan daya tarik yang lebih besar bagi konsumen sehingga secara tidak langsung mengurangi volume penjualan warung kelontong yang memiliki keterbatasan dalam aspek modal maupun strategi pemasaran.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sabrina Wahyu Rizky dkk. (2024) dan Sukma Wijaya dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa keberadaan minimarket berdampak pada menurunnya omzet warung kelontong. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa besarnya penurunan pendapatan tidak bersifat seragam. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh kemampuan masing-masing pedagang dalam mempertahankan pelanggan melalui pelayanan, penjualan secara eceran, dan hubungan sosial dengan masyarakat sekitar. Temuan ini menunjukkan bahwa dampak ekonomi keberadaan minimarket sangat dipengaruhi oleh kondisi internal masing-masing usaha.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian tersebut, peneliti menginterpretasikan bahwa penurunan pendapatan yang dialami warung kelontong tidak semata-mata disebabkan oleh hadirnya minimarket modern sebagai pesaing baru, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi masing-masing pelaku usaha terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika persaingan pasar. Warung kelontong yang mampu mempertahankan loyalitas

pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih personal, menyediakan barang sesuai kebutuhan masyarakat, serta menyesuaikan strategi penjualan cenderung mengalami penurunan pendapatan yang lebih kecil dibandingkan warung yang kurang melakukan inovasi. Dengan demikian, kemampuan beradaptasi menjadi faktor penting yang menentukan keberlangsungan pendapatan usaha warung kelontong di tengah berkembangnya sektor ritel modern.

c. Strategi Bertahan Pedagang

Berdasarkan hasil penelitian, strategi bertahan yang dilakukan oleh pemilik warung kelontong dapat dikelompokkan ke dalam empat kategori utama, yaitu strategi pelayanan, strategi pemasaran, strategi hubungan sosial, dan strategi inovasi usaha. Pengelompokan ini menunjukkan bahwa upaya mempertahankan keberlangsungan usaha tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan serta menyesuaikan usaha terhadap perubahan kebutuhan masyarakat.

Strategi pelayanan diwujudkan melalui pemberian layanan yang lebih fleksibel dibandingkan minimarket, seperti memperpanjang jam operasional, melayani pembelian secara eceran, dan memberikan pelayanan yang cepat serta ramah. Strategi ini mencerminkan orientasi pada kepuasan pelanggan (*customer orientation*) sebagaimana dikemukakan Kotler, bahwa kemampuan memahami kebutuhan konsumen merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Strategi pemasaran dilakukan dengan menyesuaikan harga, menyediakan barang yang paling sering dibutuhkan masyarakat, dan mempertahankan ketersediaan produk dalam jumlah kecil. Strategi tersebut merupakan bentuk adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen akibat meningkatnya persaingan dengan ritel modern.

Strategi hubungan sosial menjadi temuan yang paling dominan dalam penelitian ini. Hubungan yang telah terjalin antara pedagang dan pelanggan memungkinkan adanya transaksi secara utang, komunikasi yang lebih akrab, serta tingkat kepercayaan yang tinggi. Modal sosial tersebut menjadi keunggulan yang sulit ditiru oleh minimarket modern karena dibangun melalui interaksi jangka panjang dengan masyarakat sekitar.

Strategi inovasi usaha diwujudkan melalui penyediaan layanan pemesanan melalui telepon atau WhatsApp, layanan antar barang, peningkatan kebersihan warung, serta penambahan variasi produk sesuai kebutuhan masyarakat. Inovasi tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro juga mampu melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan bisnis meskipun memiliki keterbatasan modal.

Berbeda dengan penelitian Sabrina Wahyu Rizky dkk. (2024), Sukma Wijaya dkk. (2025), dan Arohman dkk. (2017) yang lebih menekankan peningkatan pelayanan sebagai strategi utama mempertahankan usaha, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bertahan warung kelontong bersifat multidimensional. Keberhasilan mempertahankan usaha tidak hanya ditentukan oleh pelayanan yang baik, tetapi juga oleh kombinasi strategi pelayanan, pemasaran, hubungan sosial, dan inovasi usaha yang saling melengkapi. Temuan ini memperlihatkan bahwa modal sosial berupa kepercayaan, kedekatan emosional, dan hubungan kekeluargaan merupakan faktor yang paling berperan dalam menjaga loyalitas

pelanggan di tengah ekspansi ritel modern. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian mengenai daya saing usaha mikro dengan menempatkan modal sosial sebagai keunggulan kompetitif utama dalam menghadapi persaingan dengan minimarket modern.

d. Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, diperoleh temuan bahwa mayoritas informan memandang persaingan antara warung kelontong dan minimarket modern belum sepenuhnya berlangsung secara adil. Informan ke-1 dan informan ke-2 berpendapat bahwa minimarket memiliki keunggulan modal, sistem distribusi yang lebih baik, serta kemampuan memberikan berbagai program promosi dan potongan harga yang sulit diimbangi oleh warung kelontong. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelanggan lebih memilih berbelanja di minimarket sehingga berdampak pada penurunan omzet dan pendapatan usaha. Meskipun demikian, kedua informan tidak menilai bahwa minimarket melakukan tindakan yang secara langsung merugikan atau melanggar hukum, melainkan menilai adanya ketimpangan kemampuan bersaing antara usaha berskala besar dan usaha mikro.

Sementara itu, Informan ke-3 memiliki pandangan yang sedikit berbeda. Menurutnya, persaingan merupakan bagian yang wajar dalam kegiatan ekonomi selama dilakukan secara jujur, tidak mengandung unsur kecurangan, serta tidak bertujuan merugikan pihak lain. Ia berpendapat bahwa setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh rezeki sehingga yang terpenting adalah terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kejujuran dalam berdagang, dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa para pelaku usaha tidak hanya memandang persaingan dari sisi ekonomi semata, tetapi juga dari sisi nilai-nilai moral dan spiritual yang menjadi bagian dari aktivitas muamalah dalam Islam.

Selain itu, seluruh informan menyampaikan harapan agar pemerintah memberikan perhatian yang lebih besar kepada pelaku usaha kecil melalui berbagai kebijakan, seperti pemberian bantuan modal, pelatihan manajemen usaha, pembinaan UMKM, serta pengaturan lokasi atau zonasi pendirian minimarket. Menurut para informan, kebijakan tersebut diperlukan agar persaingan usaha dapat berlangsung lebih seimbang sehingga usaha kecil tetap memiliki kesempatan untuk berkembang di tengah pesatnya pertumbuhan ritel modern.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik persaingan antara minimarket modern dan warung kelontong pada dasarnya masih berada dalam koridor persaingan yang legal dan tidak ditemukan indikasi praktik monopoli maupun penimbunan barang. Namun demikian, ketimpangan kemampuan modal, jaringan distribusi, serta strategi promosi menyebabkan posisi tawar warung kelontong menjadi lebih lemah dibandingkan ritel modern. Dari perspektif prinsip *al-'adl*, kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun setiap pelaku usaha memiliki hak yang sama untuk menjalankan kegiatan ekonomi, kesetaraan kesempatan dalam praktik belum sepenuhnya tercapai. Oleh karena itu, pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan keseimbangan melalui kebijakan pembinaan dan perlindungan terhadap usaha mikro agar persaingan berlangsung lebih proporsional.

Temuan ini juga relevan dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern

yang menegaskan pentingnya pengaturan lokasi, kemitraan, dan pembinaan antara ritel modern dengan usaha kecil. Dengan demikian, implementasi regulasi tersebut perlu terus diperkuat, termasuk melalui kebijakan Pemerintah Kabupaten Bone yang mendukung pemberdayaan UMKM sehingga prinsip *masalah* dan tujuan *maqashid syariah* dalam menjaga keberlangsungan usaha masyarakat dapat diwujudkan secara lebih optimal.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian tersebut, peneliti menginterpretasikan bahwa keberadaan minimarket modern pada prinsipnya tidak bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam selama aktivitas usahanya dilakukan secara jujur, tidak mengandung unsur penipuan, tidak melakukan praktik monopoli, dan tetap memperhatikan kemaslahatan masyarakat. Namun demikian, agar tujuan keadilan ekonomi dapat diwujudkan, pemerintah perlu menjalankan fungsi regulasi dan pemberdayaan terhadap usaha mikro sehingga tercipta keseimbangan antara perkembangan ritel modern dan keberlangsungan warung kelontong. Dengan demikian, persaingan usaha tidak hanya menghasilkan efisiensi ekonomi, tetapi juga mampu mewujudkan nilai-nilai al-'adl (keadilan), *masalah* (kemanfaatan), barakah (keberkahan), serta persaingan usaha yang sehat sebagaimana diajarkan dalam ekonomi Islam.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberadaan minimarket modern berdampak terhadap penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan warung kelontong di Kabupaten Bone, meskipun tingkat dampaknya berbeda pada setiap informan. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh lokasi usaha, karakteristik pelanggan, serta kemampuan pedagang dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Untuk menghadapi persaingan, pemilik warung menerapkan berbagai strategi, meliputi peningkatan kualitas pelayanan, penjualan secara eceran, penguatan hubungan sosial dengan pelanggan, penyesuaian jenis produk, serta inovasi layanan. Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan tersebut pada dasarnya diperbolehkan selama berlangsung secara jujur dan adil, namun diperlukan peran pemerintah dalam menciptakan keseimbangan agar usaha mikro tetap memiliki kesempatan berkembang di tengah ekspansi ritel modern. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah informan masih terbatas sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan seluruh kondisi warung kelontong di Kabupaten Bone. Kedua, data pendapatan diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan pencatatan sederhana yang dimiliki informan sehingga belum seluruhnya didukung oleh laporan keuangan yang terstruktur. Ketiga, penelitian ini hanya berfokus pada perspektif pemilik warung kelontong dan belum melibatkan pihak pengelola minimarket maupun konsumen sebagai informan pembanding. Bagi Pemerintah Kabupaten Bone, perlu dilakukan penguatan pembinaan UMKM melalui pelatihan manajemen usaha, akses permodalan, dan pengawasan terhadap implementasi kebijakan penataan minimarket sesuai ketentuan yang berlaku. Bagi pemilik warung kelontong, perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, memanfaatkan teknologi sederhana untuk pemasaran, dan melakukan inovasi produk agar mampu meningkatkan daya saing. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas jumlah informan serta melibatkan konsumen dan pengelola minimarket agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika persaingan ritel.

DAFTAR PUSTAKA

- Bone, B. P. S. K. (2026). *Kabupaten Bone dalam Angka 2025* (Issue 04). BPS Kabupaten Bone.
<https://doi.org/BPSBone2025>
- Chapra, M. U. (2024). *Islam and the Economic Challenge* (Cetakan Te). The Islamic Foundation.
- Karim, A. A. (2014). *Ekonomi Mikro Islam*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1, Ed. 13)*. Erlangga.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mannan, M. A. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam (Terjemahan Nastangin)*. Dana Bhakti Wakaf.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. (2007).
- Sholahuddin, M. (2007). *Asas-Asas Ekonomi Islam*. Muhammadiyah University Press.
- Statistik, B. P. (2025). *Statistik potensi desa*. BPS Provinsi Sulawesi Selatan.
<https://doi.org/BPSSulselPodes2025>
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (3rd ed.). RajaGrafindo Persada.
- Tohar, M. (2000). *Opening a Small Business*. Kanisius.