



Penguatan Literasi Keuangan Pedagang Kelontong Akibat Dampak Kehadiran Minimarket (Studi Kasus di Kecamatan Tamalate Kota Makassar) *Strengthening Financial Literacy of Grocery Traders Due to The Impact of The Presence of Minimarkets (Case Study in Tamalate District, Makassar City)*

¹*Nurjannah , ¹Ika Wisudawaty

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

ARTIKEL INFO

Diterima
April 2025

Dipublikasi
Mei 2025

ABSTRAK

Perkembangan keberadaan minimarket ritel modern semakin pesat pada era sekarang. Selain daerah perkotaan, ritel modern juga telah menjangkau daerah pedesaan. Mempertahankan bisnis lokal, tradisional, dan usaha kecil, terutama yang menawarkan produk dan layanan yang sama merupakan tantangan umum. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis bagaimana implikasi kehadiran minimarket terhadap keberadaan usaha pedagang kelontong dan bagaimana literasi keuangan dapat memperkuat ketahanan usaha kelontong di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Adapun tahapan pengumpulan data yaitu: Metode wawancara, observasi, dan metode dokumentasi. Digunakan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dalam menginterpretasikan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran minimarket memberikan implikasi baik secara positif maupun negatif terhadap keberadaan toko kelontong. Dampak positifnya bahwa pelaku usaha toko kelontong bisa membeli perlengkapan yang tidak tersedia di toko milik mereka di minimarket, serta produk yang sedang diskon di minimarket dapat mereka beli lalu menjual kembali dengan harga normal. Dampak negatifnya yaitu banyak konsumen yang beralih ke minimarket mengakibatkan penurunan omzet penjualan yang cukup berdampak bagi operasional usaha.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Pedagang Kelontong, Minimarket

ABSTRACT

The development of modern retail minimarkets is increasingly rapid in the current era. Apart from urban areas, modern retail has also reached rural areas. Retaining local, traditional and small businesses, especially those offering the same products and services is a common challenge. The aim of the research is to analyze the implications of the presence of minimarkets on the existence of grocery businesses and how financial literacy can strengthen the resilience of grocery businesses in Tamalate District, Makassar City. This research is qualitative research. The data collection stages are: interview method, observation, and documentation method. Three stages were used, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions in interpreting the data. The research results show that the presence of minimarkets has both positive and negative implications for the existence of grocery stores. The positive impact is that grocery store entrepreneurs can buy equipment that is not available in their stores at minimarkets, and they can buy products that are on sale at minimarkets and then resell them at normal prices. The negative impact is that many consumers are switching to minimarkets resulting in a decrease in sales turnover which has quite an impact on business operations.

*e-mail :

nurjannahfe@unm.ac.id

Keywords: Financial Literacy, Grocery Traders, Minimarkets

© Universitas Muhammadiyah Palangkaraya



© 2025 Nurjannah, Ika Wisudawaty. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

PENDAHULUAN

Salah satu tujuan ekonomi utama Indonesia adalah mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM). Untuk mengentaskan kemiskinan dan mempekerjakan masyarakat, sistem ekonomi kerakyatan sangat bergantung pada sektor swasta. Peningkatan ketahanan ekonomi daerah dan nasional merupakan salah satu manfaat utama mendorong pertumbuhan UKM (Riwayati, 2017). Kemajuan terbaru dalam teknologi telah mengubah banyak aspek keberadaan manusia selama dekade terakhir, termasuk dalam hal ini perubahan pola belanja masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehari-hari. Sebelum munculnya pasar modern, masyarakat menggunakan pasar tradisional sebagai satu-satunya tempat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Belakangan ini terlihat adanya perubahan pola belanja masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pasar modern untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Sugiono et al., 2022).

Efisiensi dan kemanjuran sangat penting di dunia yang berkembang pesat saat ini. Tekanan dari kekuatan kapitalis kontemporer untuk membangun pasar modern di dalam masyarakat Indonesia, tentunya juga dipandang sebagai bukti modernisasi. Dalam waktu dekat, pelanggan dimanjakan oleh pedagang kontemporer dengan kapasitas modal yang luar biasa dalam hal kemudahan penggunaan, keamanan, variasi, kualitas, dan pengurangan harga sebagai akibat dari meningkatnya persaingan (Sahban & Perwira, 2018).

Lebih banyak orang berpikir tentang cara pasar kontemporer bersaing dengan pasar lama karena gangguan yang mereka ciptakan terhadap pasar lama. Namun, pasar tradisional masih menjadi bagian dari kehidupan perkotaan dan pedesaan (Nelwan et al., 2017). Pasar tradisional di perkotaan mulai mati karena maraknya supermarket kontemporer (Susilowati, 2019). Orang lebih suka membeli kebutuhan mereka dari pasar kontemporer

daripada dari pedagang tradisional. Karena itu, dilema ritel di Indonesia sangat rumit.

Struktur ekonomi dan sosial setiap masyarakat, serta norma dan nilai budayanya, tercermin dalam cara anggotanya menggunakan stan tradisional sebagai layanan publik. Berkali-kali, struktur stan ini dan cara menjalankannya telah berubah, berkembang dari tradisional ke kontemporer (Fauzy & Maulana, 2022). Ketika ekonomi lokal meningkat dan nilai-nilai masyarakat bergeser, kebutuhan akan makanan dan barang-barang lainnya meningkat, mendorong industri minimarket ke tingkat yang lebih tinggi. Orang-orang memilih berbagai pusat ritel kontemporer untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan material mereka. Dengan demikian bertambahnya jumlah toko minimarket modern semakin memojokkan keberadaan toko retail tradisional yang berdiri sendiri dan berbasis ekonomi kerakyatan (Masruroh, 2017). Namun, persoalan internal seperti retribusi dan kurangnya pengetahuan pedagang untuk membayar retribusi pasar masih menjadi penyebab kegagalan pasar konvensional. Namun, kehadiran pedagang kontemporer di sekitar pasar tradisional akan berdampak pada penurunan porsi penduduk yang berbelanja di pasar tradisional (Rizki & Murtinah, 2020).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki potensi dan kontribusi yang besar terhadap perekonomian dan juga terbukti tahan terhadap krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia. Krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia ternyata tidak membuat UMKM bangkrut, namun tetap menjadi penopang atau roda penggerak perekonomian pada saat krisis. Semua potensi dan sisi positifnya, UMKM menghadapi beberapa kendala besar untuk tumbuh dan berkembang menjadi kelas bisnis yang menguntungkan. Hal ini terjadi karena UMKM sering terkendala dari sisi ke sisi, selain modal ke modal, para pelaku (UMKM) juga terkendala dalam pengelolaan usaha yang

ekonomis, efisien, dan efektif (Rizky, 2019). Seperti di sebagian besar negara berkembang, kesulitan keuangan sangat umum terjadi pada sebagian besar UKM (Karadag, 2015)

Mengingat pentingnya usaha mikro bagi perekonomian, harus ada upaya bersama untuk membantu pengusaha mengelola perusahaan mereka dengan lebih baik. Kebijakan dan peraturan pemerintah yang dikeluarkan selama dua dekade terakhir telah sangat membantu UMKM dalam kemampuan mereka untuk menjual produk dan sumber bahan baku mereka. Selain itu, pemerintah telah memperkenalkan program jaminan kredit publik tanpa agunan untuk UMKM yang disebut Kredit Usaha Rakyat (Hirawati et al., 2021).

Usaha kecil dan menengah sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi di mana-mana. Lapangan kerja dapat dihasilkan dengan sedikit biaya oleh UKM. Penggerak pertama yang inovatif, kemampuan beradaptasi mereka membantu perusahaan memenuhi persyaratan klien mereka (Riwayati, 2017). Karena tidak semua sumber memiliki nilai yang sama untuk inovasi UKM, terdapat strategi sumber yang berbeda di antara UKM yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan kinerja inovasi dan terkait dengan kemampuan organisasi dan manajerial untuk inovasi (Brunswicker & Vanhaverbeke, 2015).

Mengelola keuangan adalah salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM. Elemen penting yang mungkin menentukan apakah UMKM berhasil atau gagal adalah pengelolaan dana yang efektif. Salah satu aspek literasi keuangan adalah inklusi keuangan yang bertujuan agar lebih banyak individu memanfaatkan jasa keuangan untuk merasakan dampak positif dari lembaga keuangan (Riwayati, 2017). Untuk mencapai inklusi keuangan, pelaku ekonomi harus mengubah cara pandang mereka terhadap uang dan keuntungan. Orang dulu hanya berpikir tentang bagaimana meningkatkan kekayaan mereka ketika mereka menghadapi sumber

daya keuangan. Kesenjangan kekayaan akan tumbuh sebagai akibat dari ini. Ketika pelaku ekonomi lokal tumbuh kaya dan kesenjangan kemiskinan menyusut, diprediksikan mentalitas pelaku ekonomi akan bergeser menjadi lebih profit-driven.

Untuk bisa bersaing dengan minimarket, pedagang kios perlu meningkatkan literasi keuangan. Menerapkan akuntansi dengan benar merupakan cara yang efisien dan praktis bagi UMKM untuk mengelola sumber daya keuangannya. Akuntansi memungkinkan UMKM mendapatkan berbagai data keuangan untuk mengelola organisasi mereka (Wahyuti et al., 2022). Menurut (Zaky & Hamidi, 2022) bahwa untuk meningkatkan kualitas UMKM, salah satunya dengan meningkatkan pemahaman literasi keuangan, dimana literasi keuangan sangat membantu dan berkontribusi dalam upaya peningkatan dalam hal pengelolaan keuangan yang efektif dan pada akhirnya akan mensejahterakan masyarakat.

Kemampuan untuk mempertahankan arus kas meskipun terpapar risiko merupakan salah satu indikator ketahanan keuangan. Ketahanan finansial dikatakan mampu menangani krisis dengan sukses di level makro. Beberapa penelitian sebelumnya telah menetapkan pentingnya literasi keuangan dalam ketahanan keuangan pelaku perusahaan. Literasi keuangan dan perencanaan keuangan memiliki pengaruh yang menguntungkan dan substansial terhadap perilaku keuangan, menurut literatur (Nihayah et al., 2022). Ekspansi usaha mikro, kecil, dan menengah difasilitasi oleh peningkatan pengetahuan keuangan dan akses modal yang lebih mudah.

Minimarket merupakan salah satu jenis peritel modern yang berkembang pesat dan menjamur di seluruh Indonesia (Indrawan, 2019) di tempat-tempat seperti Kecamatan Tamalate Kota Makassar, misalnya, kita dapat menemukan puluhan dari mereka berjejer di jalan utama, tampaknya tidak menyadari gangguan yang disebabkan kehadiran mereka

terhadap toko-toko yang sudah lama berdiri. Minimarket di Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, hampir secara eksklusif dimiliki oleh perusahaan besar Indonesia yang diakui secara nasional. Minimarket memiliki uang untuk memberikan layanan yang lebih unggul dibandingkan dengan toko yang lebih konvensional di daerah tersebut. Minimarket selalu memikirkan cara baru untuk memperluas penawarannya, meningkatkan kualitas layanannya, dan meningkatkan keuntungannya. Minimarket menyediakan berbagai macam produk dengan harga murah, memungkinkan klien untuk memilih apa yang mereka butuhkan. Namun keberadaan minimarket tidak menutup peluang bagi toko kelontong untuk beroperasi. Meskipun minimarket menawarkan memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik, toko kelontong masih menjadi pilihan belanja bagi beberapa masyarakat.

Adapun kebaharuan penelitian ini terletak pada pendekatan penguatan literasi keuangan sebagai strategi adaptif bagi pedagang kelontong dalam merespons tekanan kompetitif akibat kehadiran minimarket yang semakin masif di lingkungan permukiman. Berbeda dari studi sebelumnya yang cenderung menyoroti aspek persaingan usaha semata, penelitian ini secara khusus menggali bagaimana implikasi kehadiran minimarket terhadap keberadaan usaha pedagang kelontong serta bagaimana literasi keuangan dapat memperkuat ketahanan usaha kelontong seperti manajemen keuangan sederhana yaitu pencatatan keuangan, perencanaan modal, dan pengelolaan utang-piutang dapat memperkuat daya saing dan ketahanan ekonomi mereka. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan teoretis dalam merancang intervensi pemberdayaan berbasis literasi keuangan yang kontekstual dan berkelanjutan di tengah dinamika perubahan lanskap ritel lokal.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik melakukan analisis bagaimana implikasi kehadiran minimarket terhadap keberadaan usaha pedagang kelontong dan bagaimana literasi keuangan dapat memperkuat ketahanan usaha kelontong di jalan Mallengkeri Kecamatan Tamalate Kota Makassar.

METODOLOGI PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana implikasi minimarket terhadap kelangsungan pedagang kelontong dan bagaimana peningkatan literasi keuangan dapat memperkuat ketahanan toko kelontong di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif karena fokusnya pada metode dan proses yang digunakan oleh para peneliti. Menurut Zainal Arifin, penelitian kualitatif adalah teknik dan jenis data yang diperoleh, khususnya data kualitatif, yang dilakukan secara jujur dan spontan sesuai dengan keadaan objektif di lapangan tanpa ada manipulasi (Qobdiyah, 2014).

Peneliti akan menggunakan wawancara tertutup, dibantu dengan alat perekam, untuk memperoleh data primer yang sah dan benar. Alat perekam ini berguna sebagai pengecekan jika ada data, informasi, atau data yang tidak terekam oleh pewawancara pada saat analisis. Proses pendataan terdiri dari: Mengumpulkan informasi data penjualan dan pendapatan pedagang sembako UMK di Kecamatan Tamalate Kota Makassar, sebelum dan sesudah adanya minimarket, dan hal-hal lain yang dianggap penting, metode pendataan yang pertama adalah *interview* atau wawancara. Kemudian metode tinjauan literatur yang relevan, seperti artikel ilmiah, buku, dan sumber lainnya. Dalam strategi ketiga, yang disebut "pengamatan", peneliti mendapatkan informasi dengan mempelajari subjek studi mereka secara strategis. Terakhir, melibatkan pengumpulan dokumentasi dari supermarket di daerah Tamalate Makassar.

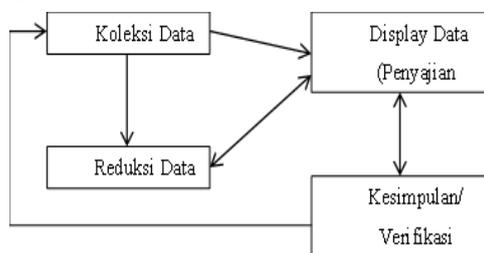
Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tamalate Kota Makassar dengan informan yaitu pelaku usaha dagang kelontong yang berada di sekitar minimarket sebanyak enam pemiliki toko/kios dengan daftar sebagai berikut:

Tabel I. Daftar Informan

Nama Pemilik	Nama Usaha	Tahun Usaha
Ibu Yuliana	Kios Yuliana	2017
Ibu Rosnia Nur	Kios Nur	1998
Ibu Salma Yanti	Kios Salma	1995
Ibu Ramlah	Kios RH	2009
Ibu Meldayanti	Kios Sejahtera	1985
Ibu Sherly	Kios Lili	2017

Sumber: Data primer, 2025

Interpretasi data melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis data kualitatif terjadi secara real time bersamaan dengan prosedur pengumpulan data, yang menunjukkan bahwa proses tersebut terjadi baik secara real time maupun secara retrospektif. Berikut adalah bagan untuk menganalisis data kualitatif:



Gambar 2. Teknik Analisis Data Kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan terkait fokus penelitian yaitu impilkasi keberadaan minimarket, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

“Adanya ritel modern (minimarket) memiliki dampak positif juga memiliki dampak negatif. Dampak positifnya, kami dapat membeli suatu barang di ritel modern ketika ritel modern mengadakan promo dan dapat dijual kembali di

kios kami. Akan tetapi kehadiran ritel modern sangat berdampak bagi saya omzet penjualan menurun hingga 30%, dan barang/barang yang mengalami penurunan adalah minyak goreng, mie instan dan gula. Selain itu, promosi melalui potongan harga tidak berdampak pada bisnis serta kehadiran ritel modern cukup mengganggu usaha karena pendapatan menurun hingga 30% dari tahun sebelum hadirnya ritel modern”. Ibu Yuliana (**Coding A1**)

“Keberadaan kios retail modern (minimarket) alfamart dan indomart hendaknya untuk disikapi dengan pikiran positif. Jumlah pengunjung/konsumen memang berkurang, tapi hanya 1 atau 2 konsumen yang pindah ke ritel modern dan mereka selalu kembali untuk membeli ke kios. Jadi itu bukan masalah besar. Omzet penjualan tentu saja menurun dari 50% hingga menjadi 20%, dan barang yang mengalami penurunan penjualan adalah beras, susu, telur, minyak goreng, dan makanan ringan. Promosi melalui potongan harga yang dilakukan oleh ritel modern tidak memiliki dampak bagi usaha kami karena diskon berdampak positif, kami bisa mendapatkan harga promo dari minimarket dan kami dapat menjual kembali dengan harga normal”. Ibu Rosnia Nur (**Coding A2**)

“Ritel modern tidak terlalu berpengaruh pada usaha kami, karena kehadiran ritel modern memiliki dampak positif dan berdampak negatif bagi. Sebelum dan sesudah hadirnya ritel modern jumlah konsumen/pengunjung menurun. Omzet penjualan turun hingga 30-40% dan barang yang mengalami penurunan adalah beras, mie instan, minyak goreng dan makanan ringan. Promosi melalui potongan harga yang dilakukan ritel modern, berdampak pada bisnis.” Ibu Salma Yanti (**Coding A3**)

“Pengaruh keberadaan minimarket tidak terlalu berdampak pada usaha kami. Kehadiran ritel modern memiliki dampak positif dan dampak negatif, dampak positifnya bisa membeli barang yang tidak ada di tokonya seperti susu bayi dan kemudian bisa beli sebuah barang untuk dijual lagi dan kehadiran ritel modern memiliki dampak

positif dari prespektif infrastruktur dan dampak negatifnya adalah jumlah pengunjung berkurang karena konsumennya pergi untuk membeli barang di retail modern. Padahal jumlah konsumen netral. Konsumen setia bersifat netral. Pemutakhiran barang baru tentu berdampak pada jumlah pengunjung/konsumen lalu kehadiran ritel modern berdampak positif bagi konsumen. Omzet penjualan itu netral bukan naik bukan turun hanya karena di retail modern ada promosi. Promosi Melalui potongan harga yang dilakukan ritel modern, hal itu berdampak pada bisnis dan promosinya melalui brosur dan bonus katanya memiliki dampak yang sama.” Ibu Ramlah **(Coding A4)**

“Kehadiran ritel modern memiliki dampak negatif bagi bisnis kami karena separuh konsumen beralih ke ritel modern. Kami tidak memiliki konsumen/pengunjung yang setia karena setiap hari konsumennya berbeda karena tokonya dekat terminal bus, banyak orang di luar motoling seperti sopir, kernet, atau penumpang bus datang ke toko. Kekurangan barang/barang baru berdampak pada jumlah pengunjung/konsumennya dan kemudian omzet penjualan adalah turun karena biasanya omzet 1 juta sekarang turun menjadi Rp500.000, dan barang/barang yang mengalami penurunan adalah minyak goreng dan gula. Promosi melalui potongan harga yang dilakukan oleh ritel modern memiliki dampak bagi usahanya dan promosi melalui brosur dan bonus seperti biasa, untuk saat ini kehadirannya ritel modern berdampak besar bagi bisnis karena keuntungannya turun 40%.” Ibu Meldayanti **(Coding A5)**

“Ketika mengetahui tentang Kehadiran ritel modern, hal tersebut sempat membuat khawatir, padahal yang kami tahu keberadaan ritel modern memiliki dampak positif dan tentunya berdampak negatif juga, karena mulai sekarang jumlah konsumen/pengunjungnya tetap sama, tapi tentu saja ada pelanggan setia yang pindah ke ritel modern. Hampir 50% konsumen adalah netral. Adanya pembaharuan barang/barang baru pada ritel modern tentu berdampak pada

beralihnya konsumen. Omzet penjualan turun 20-30% dan tidak ada barang/barang yang turun karena harga yang kami layani sama seperti di modern retail, dan terkadang harga yang kami berikan lebih murah ketika ritel modern tidak lagi mengadakan promosi. Promosi melalui potongan harga yang dilakukan oleh ritel modern berdampak bagi usaha karena konsumen terkadang lebih suka membeli di ritel modern meskipun harganya sama, dan promosinya lewat brosur dan bonus seperti biasa untuk saat ini kehadiran ritel modern berdampak bagi bisnis karena keuntungan turun 20-30%.” Ibu Sherly **(Coding A6)**

Sedangkan fokus penelitian yang terkait dengan strategi bertahan dalam persaingan juga telah dilakukan wawancara dengan beberapa informan yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

“Untuk saat ini kami hanya mengikuti arus, ketika konsumen tidak menemukan produk yang dicari pada minimarket, dengan sendirinya mereka akan datang ke toko kami untuk membeli kebutuhannya”. Ibu Yuliana **(Coding B1)**

“Kami hanya menyediakan produk yang sehari-hari dibutuhkan konsumen, karena produk kelengkapan sehari-hari seperti garam, gas LPJ, dan lainnya akan tetap memiliki konsumen”. Ibu Rosnia Nur **(Coding B2)**

“Untuk saat ini kami tidak memiliki strategi inisiatif untuk dilakukan karena kami hanya melayani konsumen dengan keramahan dan bersikap sopan”. Yanti **(Coding B3)**

“Untuk menambah modal usaha, saya mengambil pinjaman dari koperasi, jumlah yang diambil hanya sedikit disesuaikan dengan kemampuan kami untuk membayar”. Ibu Ramlah **(Coding B4)**

“Untuk pengembangan usaha, kami mengambil pinjaman untuk menambah modal usaha kemudian memperbanyak jenis produk di kios sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli”. Ibu Meldayanti **(Coding B5)**

“Kami tidak melakukan strategi apapun, karena setiap hari tetap ada pembeli yang datang ke toko kami”. (Coding B6)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan beberapa informan, maka dapat dilihat bahwa kehadiran minimarket memberikan implikasi baik positif maupun negatif terhadap keberadaan toko kelontong. Dampak positifnya bahwa pelaku usaha toko kelontong bisa membeli perlengkapan yang tidak tersedia di toko milik mereka di minimarket, serta produk yang sedang diskon di minimarket dapat mereka beli lalu menjual kembali dengan harga normal. Dampak negatifnya yaitu banyak konsumen yang beralih ke minimarket mengakibatkan penurunan omzet penjualan yang cukup berdampak bagi operasional usaha. Namun dengan kehadiran minimarket tidak meningkatkan inovasi beberapa pelaku usaha toko kelontong untuk melakukan strategi peningkatan usaha. Karena bagi mereka, minimarket tidak selamanya memenuhi setiap keinginan konsumen, ada kalanya konsumen akan beralih ke toko kelontong dimana kelebihan yang dimiliki toko kelontong antara lain toko kelontong tidak memberlakukan biaya parkir yang biasa terdapat di minimarket, lokasi toko kelontong relatif lebih dekat dari kompleks rumah warga daripada minimarket, toko kelontong menjual barang dagangan dalam kemasan kecil yang dapat dibeli eceran, dan konsumen dapat beramah tamah dengan penjual toko kelontong dengan mengobrol sambil ngemil disaat ada waktu senggan.

Namun beberapa diantara pelaku usaha toko kelontong melakukan pengembangan usaha dengan mengambil pinjaman untuk menambah modal usaha. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan keberadaan minimarket dengan menyediakan produk serupa yang dibutuhkan konsumen dan mencari distributor yang menjual lebih murah sehingga pelaku usaha kelontong dapat menjual lebih murah dari harga yang ditawarkan minimarket. Maka hal yang diperlu ditingkatkan usaha dagang

toko kelontong yaitu meningkatkan pelayanan, memperbanyak variasi produk, dan mengelola keuangan dengan baik yaitu memisahkan uang pribadi dengan uang usaha.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran minimarket memberikan implikasi baik secara positif maupun negatif terhadap keberadaan toko kelontong di jalan Mallengkeri Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Untuk menghadapi persaingan bisnis, beberapa pelaku usaha mengambil pinjaman untuk penambahan modal usaha.

Bisnis strategis di Indonesia seringkali berupa pedagang kaki lima kios. Persaingan diharapkan terjadi di setiap industri, dan sektor UKM ini tidak berbeda. Minimarket modern di kawasan tersebut menjadi ancaman bagi para pedagang tersebut karena kedekatannya dengan pasar. Minimarket mendapatkan popularitas karena banyak yang percaya bahwa mereka lebih bersih, nyaman, dan up-to-date daripada supermarket konvensional. Minimarket, semacam pasar kontemporer dan ritel, telah berkembang pesat seiring dengan sektor ritel Indonesia. Menjamurnya minimarket dalam radius 500 meter menunjukkan tren ini, begitu pula dengan merambahnya belakangan ini ke kawasan padat penduduk dan bahkan gedung apartemen (Seminari et al., 2017).

Vendor kios harus dapat meningkatkan layanan dan etalase mereka untuk bersaing dengan kenyamanan minimarket terdekat (Pakpahan et al., 2022). Akibatnya, konsumen mungkin mengubah kebiasaan membeli mereka untuk lebih menyukai penjual kios daripada minimarket. Yang pertama, sumber daya manusia, mengacu pada orang yang memberikan layanan; kedua, barang dagangan, meliputi jumlah dan variasi barang yang ditawarkan serta merek yang ditawarkan; dan ketiga, harga, merujuk secara khusus pada harga rendah yang ditawarkan (A. Razak dkk., 2024).

Saat membandingkan pasar kontemporer dengan pasar lama, penting untuk diperhatikan bahwa penjual dan pembeli tidak lagi terlibat dalam transaksi tatap muka. Minimarket adalah toko yang menawarkan semua hal yang dibutuhkan orang setiap hari dan memungkinkan pelanggan untuk melayani diri sendiri dengan mengambil pembelian mereka (Abidin, 2021). Meskipun maraknya minimarket di lingkungan perumahan telah menguntungkan pembeli dengan membuat mereka lebih nyaman untuk berbelanja, hal itu berdampak buruk pada kelangsungan keberadaan pedagang tradisional di wilayah tersebut. Semakin banyak pelanggan yang menghindari warung konvensional demi pasar kontemporer (minimarket) yang lebih nyaman dan kaya fitur ketika mereka perlu membeli bahan makanan. Pedagang tradisional telah merasakan efek dari tren ini dari waktu ke waktu, melihat penurunan yang stabil di basis konsumen mereka (Arimawa & Leasiwal, 2018).

Keahlian manajemen keuangan, atau literasi keuangan, adalah bakat penting untuk setiap bisnis yang bercita-cita tinggi atau mapan. Agar sukses dalam bisnis dan dalam kehidupan sehari-hari, penting untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang konsep keuangan dasar dan pemahaman tentang bagaimana berbagai instrumen keuangan dapat digunakan (Rafik & Rahayu, 2020). Mereka yang melek finansial lebih cenderung membuat pilihan yang tepat dengan uang mereka, meningkatkan kemungkinan bahwa hasil mereka akan positif. Oleh karena itu, mereka yang benar-benar melek finansial akan memiliki keterampilan untuk menangani uang mereka dalam berbagai situasi dan akan mengetahui bagaimana pilihan mereka akan memengaruhi mereka dan dunia di sekitar mereka.

Ketersediaan produk yang lebih canggih dan meningkatnya kebutuhan untuk mempersiapkan masa pensiun telah meningkatkan pentingnya membuat pilihan

finansial yang tepat. Hampir semua orang akan mendapat manfaat dari pilihan ini, tetapi kelas menengah di negara-negara berkembang seperti di Asia akan mendapat manfaat paling banyak. Kelas menengah yang lebih luas muncul dengan ekspansi ekonomi yang secepat kilat dan pergeseran struktural yang radikal (Grohmann, 2018).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran minimarket memberikan implikasi baik secara positif maupun negatif terhadap keberadaan toko kelontong di jalan Mallengkeri Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Dampak positifnya bahwa pelaku usaha toko kelontong bisa membeli perlengkapan yang tidak tersedia di toko milik mereka di minimarket, serta produk yang sedang diskon di minimarket dapat mereka beli lalu menjual kembali dengan harga normal. Dampak negatifnya yaitu banyak konsumen yang beralih ke minimarket mengakibatkan penurunan omzet penjualan yang cukup berdampak bagi operasional usaha. Namun beberapa diantara pelaku usaha toko kelontong melakukan pengembangan usaha dengan mengambil pinjaman untuk menambah modal usaha. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan keberadaan minimarket dengan menyediakan produk serupa yang dibutuhkan konsumen dan mencari distributor yang menjual lebih murah sehingga pelaku usaha kelontong dapat menjual lebih murah dari harga yang ditawarkan minimarket.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Razak dkk. (2024). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Shop. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 136–146.
- Alimudin, A., Falani, A. Z., Setiawan, E., & Arifin, B. (2017). *The Use Of Fuzzy Logic*

- In Developing Competitiveness Strategy Toward Small And Medium Enterprises (Grocery). *Advanced Science Letters*, 23(12), 11867-11873.
- Anggraini, A. M. T. (2020). The Role Of Smes In The Economic Development Of Indonesia: A Study Of Competition Law And Policy In The Field Of Retail Industry. In *Proceeding On International Conference Of Science Management Art Research Technology* (Vol. 1, No. 1, Pp. 168-174).
- Asmayadi, E., & Hartini, S. (2015). The Impact Of Service Quality And Product Quality Towards Customer Loyalty Through Emotional And Functional Values In Traditional Markets In Pontianak, Indonesia. *European Journal Of Business And Management*, 7(5).
- Ferricha, D., & Fauzan, F. (2020). How The Policy And Empowerment Of Traditional Markets In Indonesia?. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 9(04), 3649-3652.
- Indrawan. (2019). Analisis Komparatif Informasi Laporan Keuangan Umk Warung Kelontong Atas Kehadiran Minimarket Di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba. *Skripsi, Stie Nobel Indonesia*, 1-98.
- Islami, S. (2022). " Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Umkm Toko Kelontong Di Kota Duri " Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Un.
- Kesuma, M. A., & Setiawina, N. D. (2019). Resistance Of Traditional Storage Traders In Encounter Mini-Market Competitors In Denpasar City. *International Research Journal Of Management, It And Social Sciences*, 6(4), 1-7.
- Masruroh, R. (2017, March). The Impact Of Modern Retail Minimarket Towards The Continuity Of Traditional Retail Businesses. In *Iop Conference Series: Materials Science And Engineering* (Vol. 180, No. 1, P. 012005). Iop Publishing.
- Najib, M. F., & Sosianika, A. (2017). Retail Service Quality In Indonesia: Traditional Market Vs. Modern Market. *Academy Of Marketing Studies Journal*, 21(2), 1-12.
- Najib, M. F., & Sosianika, A. (2018). Retail Service Quality Scale In The Context Of Indonesian Traditional Market. *International Journal Of Business And Globalisation*, 21(1), 19-31.
- Nihayah Nihayah, A., Rifqi, L. H., Vanni, K. M., & Imron, A. (2022). Analisis Ketahanan Keuangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Diukur Dari Implementasi Literasi Keuangan Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 438-455. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V6i2.912>
- Qobdiyah. (2014). Metode Penelitian Pendidikan. *Jurnal Penelitian Metode Kuantitatif*, 11(4), 43-71.
- Raharja, S. U. J., Muhyi, H. A., & Adiprihadi, D. (2021). Contribution Of The Retail Sector Towards City Economy: Study In Bandung City, Indonesia. *Review Of Integrative Business And Economics Research*, 10, 19-32.
- Rizki, M. (2018). Analisis Literasi Keuangan Di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Keuangan*, 15(2), 1-23.
- Rizki, M., & Sri, T. (2020). The Impact Of Regional Regulation Changes On Traditional Markets In The Capital City Of Indonesia. *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 13(4), 1259-1272.

- Seminari, N. K., Rastini, N. M., & Sulistyawati, E. (2017). The Impact Of Modern Retail On Traditional Retail Traders In The Mengwi, Badung District. *Ircs Unud Journals*, 1(1), 35-43.
- Sugiono, S., Tukasno, T., & Taufiq, T. (2022). The Impact Of Modern Markets Toward Income Of Traditional Market Traders. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 6(4).
- Suyono, E., Farooque, O. A., & Riswan, R. (2016). Toward A Model Of Traditional Retailers And Sellers Empowerment In Improving Competitiveness Against Modern Markets In Banyumas Region, Indonesia. *Dlsu Business And Economics Review*, 25(2), 147-165.
- Triono, R. A., Dalimunthe, Z., & Arif, H. (2018). Can Traditional Retailers Use Strategy To Fight Against Modern Attacks?. *Afebi Management And Business Review*, 3(1), 1-15.
- Tumewu, C., Massie, J. D., & Pandowo, M. H. (2019). The Analysis Of Before And After The Presence Of Modern Retail On Traditional Retail In Motoling. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Wahyuti, S., Tani, P. S., Andini, N. A., Keuangan, P., & Info, A. (2022). Pada Pedagang Toko Kelontong Di Samarinda. 2(3), 2-7.
- Widiantari, K. S., & Oktaliasari, N. K. I. (2022). Widya Akuntansi Dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Pebruari 2022. *Widya Akuntansi Dan Keuangan*, 1, 37-47.