

**SKRIPSI**

**DAMPAK PEMBANGUNAN TOKO MODERN TERHADAP  
PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT  
DESA (STUDI KEBERADAAN MINIMARKET  
DI KABUPATEN PINRANG)**



**OLEH**

**HASNIAR SARI PUTRI  
NIM: 19.3500.020**

**PAREPARE**

**PRORAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024 M/1445 H**

**DAMPAK PEMBANGUNAN TOKO MODERN TERHADAP  
PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT  
DESA (STUDI KEBERADAAN MINIMARKET  
DI KABUPATEN PINRANG)**



**OLEH**

**HASNIAR SARI PUTRI  
NIM: 19.3500.020**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
pada Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PRORAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024 M/1445 H**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)

Nama Mahasiswa : Hasniar Sari Putri

NIM : 19.3500.020

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Sosiologi Agama

Dasar Penempatan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Nomor: B-3465/In.39/FUAD.03/PP.00.9/11/2022

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Hj. St. Aminah, M.Pd.

NIP : 196012311998031001

Pembimbing Pendamping : Dr.H. Muhiddin Bakri, M.Fil.I.

NIP : 197607132009121002

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

  
Dr. A. Nurhidam, M.Hum.  
NIP. 19641231 199203 1 045

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)

Nama Mahasiswa : Hasniar Sari Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 19.3500.020

Program Studi : Sosiologi Agama

Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Nomor: B-3465/In.39/FUAD.03/PP.00.9/11/2022

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Hj. St. Aminah, M.Pd. Pembimbing I  
Dr.H. Muhiddin Bakri, M.Fil.I. Pembimbing II  
Muhammad Ismail, M. Th. I. Penguji I  
Mahyuddin, M.A. Penguji II

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M.Hum.  
NIP. 19641231 199203 1 045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur hanya milik Allah SWT. Tuhan semesta alam, dengan rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan kemudahan, kesempatan dan kekuatan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan sekalipun dalam bentuk sederhana.

Salawat serta tidak henti-hentinya kita haturkan kepada baginda Rasulullah SAW, beserta keluarganya, dan para sahabatnya yang telah menjadikan panutan umat manusia menggapai cahaya ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare tidak terlepas dari uluran tangan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik berupa bantuan material maupun moril terutama kedua orang tua saya, Ayahanda Sahril dan Ibunda Jastina serta seluruh pihak yang selama ini telah membantu saya dalam menyusun skripsi ini. Mereka senantiasa memberikan nasehat yang sangat berarti dalam hidup ini, pengorbanan, kasih sayang, dan doa restunya baik dalam keadaan lapang, suka maupun duka selama penulis menempuh pendidikan.

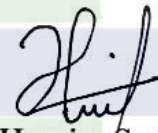
Olehnya itu, dengan kerendahan diri penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah beserta jajarannya.
3. Bapak Abd. Wahihidin M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis.
4. Ibu Dr. Hj. St. Aminah, M.Pd. sebagai pembimbing I yang senantiasa memberikan sumbangan pemikiran serta arahan.
5. Bapak Dr. H. Mihiddin Bakri, M.Fil.I. selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis.
6. Spesial buat Bapak Mahyuddin, M.A yang selalu memberikan bantuan tiada hentinya yang membuat penulis tidak dapat membalasnya. Serta seluruh dosen prodi sosiologi agama maupun dosen yang pernah memberikan pengajaran yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan.
7. Bapak/Ibu dan staf Kantor Kecamatan Mattiro Bulu yang telah memberikan izin dan kerja sama dengan peneliti selama proses penelitian berlangsung.
8. Kepada teman dekat seperjuangan saya yakni; Melisa, Nisrina, Dian Nursalsabilah, Ayu Sundari D, Miftahul Resky dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-satu terima kasih atas kebersamaan dan motivasi yang diberikan selama penulis melakukan proses penulisan skripsi.
9. Kepada para informan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data-data kepada penulis yang ada di Kecamatan Mattiro Bulu

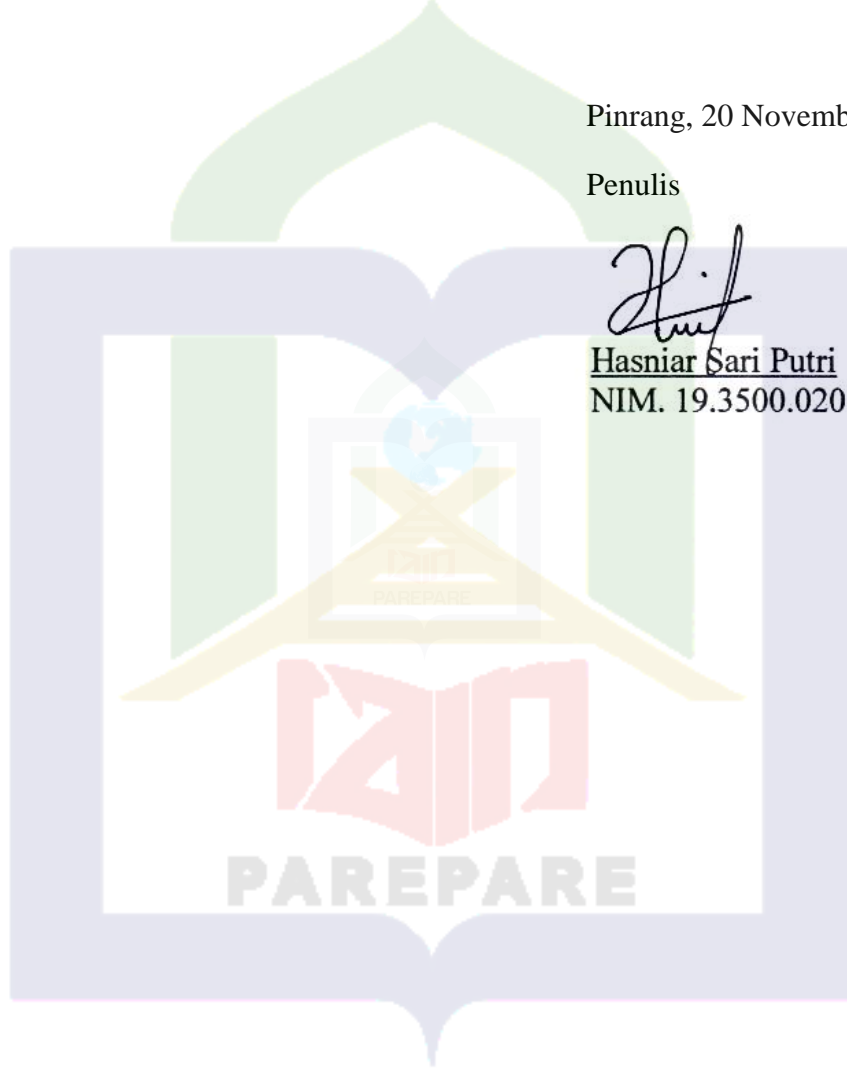
Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis juga berharap kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Sebuah harapan yang terdalam, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak. Aamiin.

Pinrang, 20 November 2023

Penulis



Hasniar Sari Putri  
NIM. 19.3500.020



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hasniar Sari Putri  
Nim : 19.3500.020  
Tempat/Tgl. Lahir : Ulutedong, 24 November 2000  
Program Studi : Sosiologi Agama  
Fakultas : Ushuluddin, Adab Dan Dakwah  
Judul Skripsi : Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, kecuali tulisan sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti karya tulis ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pinrang, 20 November 2023

Penulis



Hasniar Sari Putri  
NIM. 19.3500.020



## ABSTRAK

HASNIAR SARI PUTRI. *Dampak pembangunan toko modern terhadap perubahan perilaku konsumen masarakat desa studi keberadaan minimarket di kabupaten pinrang* (Dibimbing oleh Ibu Hj. St. Aminah dan Bapak Muhiddin Bakri )

Hadirnya Minimarket secara tidak langsung menuntut pedagang eceran untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen sebelum adanya Minimarket, bentuk perubahan perilaku konsumen serta dampak perubahan perilaku konsumen terhadap pedagang tradisional.

Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kualitatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan hasil wawancara dilapangan. Peneliti mengambil data dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teori yang digunakan yaitu teori perubahan sosial dan teori pilihan rasional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran pembangunan Minimarket di desa memberikan pengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat, bentuk perubahan yang ditimbulkan masyarakat yaitu perubahan perilaku dalam memilih tempat berbelanja seperti yang dulunya masyarakat hanya berbelanja dipasar tradisional dan sekarang bisa merasakan berbelanja dipasar modern bahkan sebagian masyarakat lebih memilih berbelanja di Minimarket, dan perubahan pola pikir masyarakat dalam menentukan pilihan dalam berbelanja. Disamping itu, kehadiran pembangunan ini juga memberikan dampak terhadap kehidupan masyarakat didesa.

Kata kunci : Pembangunan Minimarket, Perubahan Sosial, Pasar Tradisional.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori .....	12
1. Teori Perubahan Sosial .....	12
2. Teori Pilihan Rasional.....	16
C. Kerangka Konseptual .....	19
D. Kerangka Berfikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28

B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	28
C. Fokus Penelitian .....	28
D. Jenis dan Sumber Data .....	29
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data.....	30
F. Uji Keabsahan Data.....	31
G. Teknik Analisi Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
1. Perilaku Konsumen Setelah Adanya Pembangunan Minimarket .....	36
2. Bentuk Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Di Kabupaten Pinrang.....	41
3. Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pedagang Tradisional.....	47
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	51
1. Perilaku Konsumen Setelah Adanya Pembangunan Minimarket .....	51
2. Bentuk Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Di Kabupaten Pinrang .....	55
3. Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pedagang Tradisional.....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>I</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>V</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>XXXIX</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Halaman
2.2	Jumlah kriteria informan	29



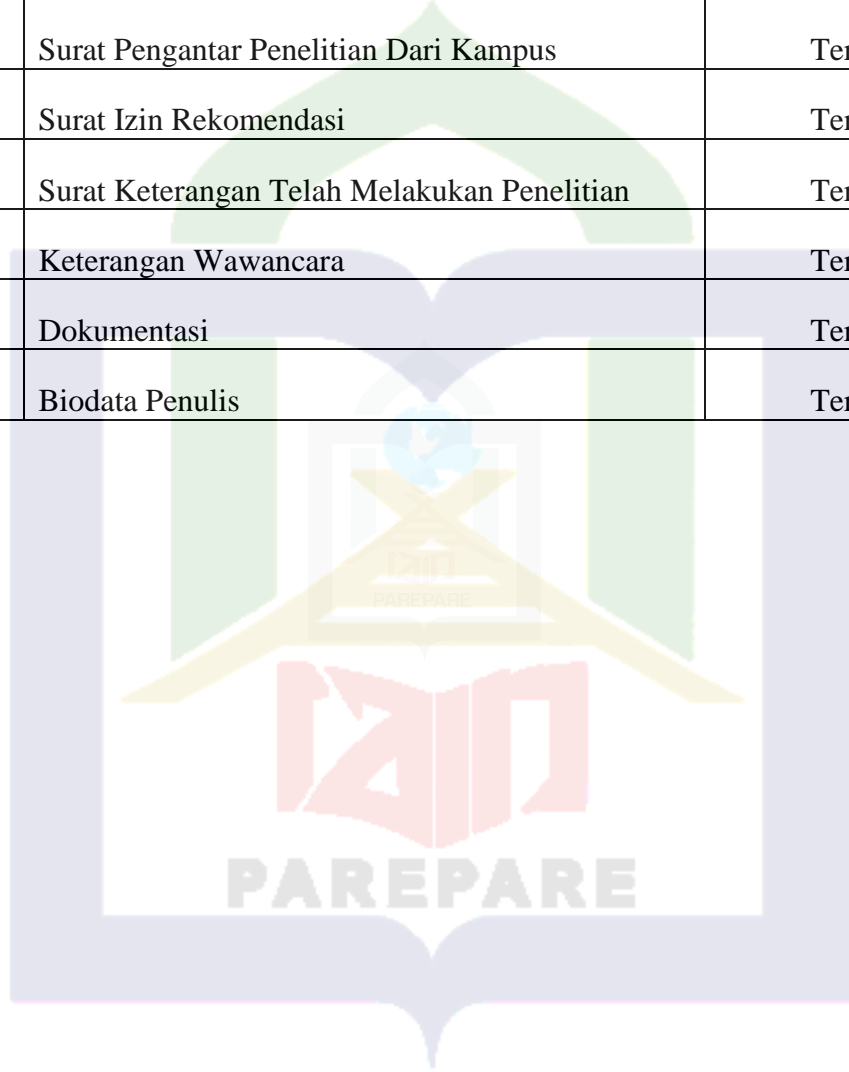
## DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka pikir	27



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran	Halaman
1.	Instrumen Penelitian	Terlampir
2.	Surat Pengantar Penelitian Dari Kampus	Terlampir
3.	Surat Izin Rekomendasi	Terlampir
4.	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	Terlampir
5.	Keterangan Wawancara	Terlampir
6.	Dokumentasi	Terlampir
7.	Biodata Penulis	Terlampir



## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(“).

## 2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ:Kaifa

حَوْلَ: Haula

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

تَا / تِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يَا	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
يَا	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وَا	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : māta  
رَمَى : ramā  
قِيلَ : qīla  
يَمُوتُ : yamūtu

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

- Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Tamarbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *tamarbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : rauḍahal-jannah atau rauḍatul jannah  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madīnahal-fāḍilah atau al-madīnatulfāḍilah  
الْحِكْمَةُ : al-hikmah

### 1. *Syaddah(Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا :*Rabbanā*

نَجَّيْنَا :*Najjainā*

أَلْحَقُّ :*al-haqq*

أَلْحَجُّ :*al-hajj*

نُعَمُّ :*nu‘ima*

عَدُوٌّ :*‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf َ (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy- syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 6. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	: <i>syai’un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

## 7. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an*(dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fīzilālal-qur’an*

*Al-sunnahqablal-tadwin*

*Al-ibāratbi ‘umum al-lafzīkhusus al-sabab*

## 8. Lafzal-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ : *Dīnullah*

بِالله : *billah*

Adapun *tamarbutahdi* akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ : *Humfīrahmatillāh*

## 9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa māMuhammadunillārasūl*

*Inna awwalabaitinwudi‘alinnās ilalladhībiBakkatamubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhūnzilafihal-Qur’an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*AbūNasral-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abūal-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abūal-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walid Muhammad Ibnu)*

*NaṣrḤamīdAbū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, NaṣrḤamīd (bukan:Zaid, NaṣrḤamīdAbū)*

## 10. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahūwata 'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wasallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
بم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم

ط	=	طبعة
ن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang**

Kehadiran Minimarket di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat pada dekade tahun ini. Perdagangan eceran (retail) merupakan salah satu kegiatan sektor informal di bidang perdagangan yang sangat strategis di Indonesia. Besarnya kegiatan retail baik yang skala besar maupun kecil mulai mudah di jumpai disetiap penjuru kota, baik di kawasan tengah kota maupun di pinggiran kota besar di Indonesia. Tingginya pertumbuhan penduduk di perkotaan menyebabkan berkurangnya lapangan pekerjaan di bidang formal. Hal inilah yang menyebabkan kegiatan sektor informal untuk dijadikan sebagai alternatif lahan mata pencaharian bagi masyarakat.

Pertumbuhan Minimarket di Kabupaten Pinrang terbilang cukup pesat, dan dimungkinkan semakin lama akan semakin memberikan dampak buruk bagi pedagang grosiran pada umumnya. Hal ini berkaitan dengan preferensi masyarakat yang memiliki kemungkinan untuk cenderung beralih berbelanja di Minimarket. Jarak antara toko usaha kecil dan lokasi Minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja.

Kehadiran Minimarket secara tidak langsung menuntut pedagang eceran untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di pedagang eceran dari pada berbelanja di Minimarket. Aspek preferensi konsumen,



biasanya mencakup tiga aspek, aspek yang pertama, yaitu *human resource*, terkait dengan pelayanan yang diberikan, aspek yang kedua yaitu *merchandise*, mencakup jumlah produk yang tersedia, keanekaragaman produk, dan keanekaragaman merek yang dijual dan aspek yang ketiga yaitu harga, terutama dalam kaitannya dengan harga yang murah.

Minimarket dalam peraturan perundang-undangan termasuk dalam pengertian “Toko Modern”. Peraturan mengenai toko modern diatur dalam perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pengertian toko modern menurut pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departemen Store, *Hypermart* ataupun grosir. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisioanal yang telah ada Pasal 4 ayat (1) Perpres 112/2007.<sup>1</sup>

Mengenai jarak antar-Minimarket dengan toko tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan masalah perizinan pendirian toko modern (Minimarket). Bisnis retail modern (Minimarket) berkembang pesat di kota Mendirikan Bangunan (SIMB) komersil melainkan SIMB hunian.

Secara hukum, memberikan kepastian dan kemudahan berusaha, mencegah praktek usaha yang tidak jujur, menciptakan iklim usaha yang sehat, sebagai sarana untuk melakukan pembinaan, perlindungan, pengawasan dan pengembangan sektor

---

<sup>1</sup> Nia Ridarwati, “Sinkronisasi Antara Peraturan Daerah Kabupaten Ngawi Nomor 35 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan, Pembinaan Dan Penataan Pasar Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern”. Dinamika Hukum, 2020.

perdagangan. Pedagang eceran merupakan salah satu jenis usaha yang strategis di Indonesia. Sebagaimana diketahui dalam perdagangan manapun pasti dapat ditemukan persaingan di dalamnya, tidak terkecuali pada usaha kecil dan menengah ini. Adapun yang menjadi pesaing pedagang eceran ini adalah kehadiran Minimarket modern di sekitaran lokasi usaha kecil dan menengah tersebut.

Kepadatan penduduk yang semakin lama semakin meningkat mengakibatkan kebutuhan sehari-hari menjadi faktor yang penting. Hal tersebut membuat para investor terus mengembangkan usahanya khususnya dalam bidang perdagangan. Penyedia kebutuhan sehari-hari yang bersifat modern seperti Minimarket bahkan supermarket. Melihat hal tersebut, eksistensi toko eceran yang berdiri sendiri dan berbasis ekonomi kerakyatan akan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya pasar modern yang dinilai cukup potensial oleh para pembisnis ritail. Ritail modern yang sering mengalami pertumbuhan cukup pesat saat ini adalah Minimarket dengan konsep waralaba atau *franchise*.

Melihat keadaan pertumbuhan toko modern yang di kuasai oleh sebuah perusahaan tertentu jelas menimbulkan efek atau dampak bagi pengusaha-pengusaha lokal di daerah yang di jamuri oleh toko modern tersebut dalam hal ini yang akan terkena dampak langsung dari pembangunan atau pertumbuhan Minimarket adalah pengusaha toko eceran atau toko kelontong.<sup>2</sup>

Toko kelontong merupakan toko tradisional yang menjual bahan-bahan pokok dengan mempunyai sasaran masyarakat menengah ke bawah. Harga yang ditawarkan juga sangat relatif murah sehingga hal tersebut merupakan salah satu alasan yang

---

<sup>2</sup> Cahaya Novita, “*Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir Di Desa Hessa Air Genting Kec. Air Batu Kab. Asahan*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

membuat toko kelontong mampu bertahan sampai saat ini. Toko ini masih bersifat konvensional dan tradisional, dimana pembeli tidak dapat mengambil barang sendiri, karena rak toko belum modern bahkan menjadi batasan antara penjual dan pembeli.<sup>3</sup>

Sangat di sayangkan apabila masyarakat lebih memilih berbelanja di Minimarket ketimbang berbelanja di toko eceran atau toko kelontong, hal ini tentunya juga memberikan dampak terhadap omset pendapatan pedagang eceran, yang semulanya baik-baik saja kini dengan hadirnya beberapa Minimarket di dekat toko mereka akan dapat mematikan usaha mereka, hal ini juga terjadi di Kabupaten Pinrang, dari pengamatan yang saya lakukan terlihat adanya penurunan dari pengunjung/pembeli yang ingin berbelanja di toko kelontong, masyarakat lebih memilih berbelanja di Minimarket.

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan Minimarket modern dewasa ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat, tidak hanya di kota Metropolitan saja tetapi sudah merambah ke kota-kota kecil di tanah air. Sangat mudah saat ini menjumpai Minimarket di sekitar tempat tinggal kita, tempat tersebut menjanjikan tempat yang nyaman dengan harga yang relative tidak jauh berbeda dengan yang dijual oleh pedagang eceran, namun yang demikian ini ternyata membuat usaha kecil menengah terancam keberadaannya kehadiran Minimarket pada awalnya tidak mengancam peritel tradisional terkhususnya pedagang eceran. Kehadiran Minimarket pada saat itu menyisir konsumen menengah keatas. Namun sekarang ini kondisinya sudah banyak berubah ditambah dengan semakin meningkatnya tingkat pengetahuan, pendapatan, dan

---

<sup>3</sup> Acmad Room Fitrianto, "Pendampingan dan Sosialisasi Pada Usaha Toko Kelontong Dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong", Jurnal Abdidas, 2020, 1.6: 579-591.

jumlah pendapatan keluarga ganda (suami istri bekerja) dengan waktu yang terbatas. Konsumen menuntut peritel untuk memberikan “nilai lebih” dari setiap uang yang dibelanjakannya. Peritel harus mampu mengakomodasikan tuntutan tersebut jika tidak ingin ditinggal oleh pelangganya.

Menurut survei yang telah penulis lakukan terhadap salah satu pedagang eceran yang bernama ibu Reski di Kabupaten Pinrang, dari pengakuannya bahwa adanya dampak yang terjadi setelah hadirnya pendapatan perharinya menjadi menurun.<sup>4</sup> Ini merupakan salah satu penyebab menjamurnya Minimarket yang berdampak negatif bagi para pedagang eceran/grosir di Kabupaten Pinrang. Dan masyarakat lebih memilih berbelanja di Minimarket dengan alasan lebih lengkap dan nyaman, hal ini juga dikeluhkan oleh para pedagang, karena umumnya para pedagang menjadikan usahanya sebagai mata pencarian utama dengan berkurangnya konsumen yang berbelanja tentunya akan mempengaruhi pendapatan serta keberlangsungan usaha mereka.

Perubahan sosial merupakan suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan materi, komposisi penduduk, maupun karena adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru dalam masyarakat. Perubahan sosial merujuk pada modifikasi-modifikasi yang terjadi dalam pola-pola kehidupan masyarakat yang terjadi karena sebab-sebab intern maupun sebab-sebab eksteren.<sup>5</sup> Dalam artian perubahan sosial mengarahkan manusia ke peradaban yang lebih maju yang senantiasa diupayakan dalam kehidupan sosial.

---

<sup>4</sup> Pengakuan Narasumber Ibu Reski sebagai pemilik pedagang eceran saat dimintai keterangan pada 15 juli 2023

<sup>5</sup> Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Ed-revisi, cet. 48, Jakarta : Rajawali Pers, 2017, h.261.

Sebagaimana Islam juga menjelaskan dalam QS. Al-Anfal ayat 53 :

ذَٰلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِّعَمَةً أَنْعَمَهَا عَلَىٰ قَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ  
وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (٥٣)

Terjemahnya :

Yang demikian itu karena sesungguhnya Allah tidak akan mengubah suatu nikmat yang telah diberikan-Nya kepada suatu kaum, hingga kaum itu mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri. Sesungguhnya-Nya, Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.<sup>6</sup>

Menurut tafsir Kementerian Agama RI, maksud dari ayat diatas adalah Allah tidak akan mengubah suatu nikmat yang tampak pada penglihatan dan bisa dirasakan langsung, seperti rasa aman, kemakmuran, kesuburan, dan lain-lain, yang telah diberikan-Nya kepada suatu kaum, hingga kaum itu mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri menyangkut perubahan sikap mental dan perilaku, seperti dari peduli menjadi tidak peduli, adil menjadi tidak adil, berani berkorban menjadi serakah, dan lain-lain. Sungguh, Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.<sup>7</sup>

Berdasarkan tafsir ayat diatas jika direlevansikan dengan objek penelitian, bahwa dengan berkembangnya Minimarket, masyarakat yang mulanya memilih kepekaan sosial yang tinggi perlahan mulai memudar hal ini dikarenakan tingkatan-tingkatan yang tercipta dengan peningkatan pendapatan yang diperoleh (terciptanya strata di kehidupan masyarakat).

<sup>6</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Muzhab Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2019), h.184.

<sup>7</sup> "Tafsir Al-qur'an Surat Al-Anfal Ayat 53", <https://quran.kemenag.go.id>

Fenomena yang terjadi di atas, penulis ingin mengetahui lebih jauh mengenai dampak pembangunan toko modern terhadap perubahan perilaku konsumen masyarakat, adakah dampak dari pembangunan Minimarket di desa. Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang ikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut *“Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”*.

### **B. Rumusan Masalah**

Latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen setelah adanya pembangunan minimarket di Kabupaten Pinrang?
2. Bagaimana bentuk perubahan perilaku konsumen masyarakat di Kabupaten Pinrang?
3. Bagaimana dampak perubahan perilaku konsumen terhadap pedagang tradisional?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah suatu hal yang ingin di capai dalam sebuah penelitian. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan perilaku konsumen setelah adanya pembangunan Minimarket di Kabupaten Pinrang.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk perubahan perilaku konsumen masyarakat di Kabupaten Pinrang.

3. Untuk mendeskripsikan dampak perubahan perilaku konsumen terhadap pedagang tradisional.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perdagangan, ekonomi dan isu-isu dalam problematika di masyarakat.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada akademisi tentang persaingan pasar di kalangan masyarakat dan perubahan perilaku masyarakat.
2. Secara Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Program Studi Sosiologi Agama untuk memberikan referensi atau informasi yang berhubungan dengan Sosial Ekonomi dalam hal ini kaitannya dengan Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Perubahan Perilaku Konsumsi Masyarakat saat ini.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan tentang dampak persaingan pasar dan perubahan perilaku sosial masyarakat.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian yang berjudul dampak keberadaan Minimarket terhadap perubahan perilaku konsumen masyarakat Kabupaten Pinrang. Setelah membaca hasil dari beberapa penelitian, penulis menemukan judul yang sesuai dengan judul penelitian yang membahas tentang dampak dari keberadaan Minimarket antara lain:

1. Skripsi Sindi Alwiyah yang berjudul “Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional (Analisis Deskriptif Toko Kelontong JL. Warakas Raya Jakarta Utara)” Program Sarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2018. Penelitian ini menggambarkan tentang dampak ekonomi dari berdirinya Minimarket terhadap toko kelontong tradisional.<sup>8</sup> Perbedaan penelitian ini mengarah pada pengeksploasian dan klarifikasi mengenai suatu fenomena dan kenyataan sosial sedangkan penulis lebih berfokus pada perubahan perilaku konsumen. Adapun persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti yaitu ingin mengetahui dampak dari berdirinya Minimarket.
2. Skripsi Wulan Permatasari yang berjudul “Pengaruh Persepsi Tentang Minimarket terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Provinsi Banten” Program Sarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016.<sup>9</sup> Hasil dari penelitian ini lebih

---

<sup>8</sup> Sindi Alwiyah, “Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional Analisa Deskripsi Toko Kelontong JL. Warakas Raya Jakarta Utara” (Jakarta: Skripsi Sarjana Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2018)

<sup>9</sup> Wulan Permatasari, “Pengaruh Perspektif Tentang Minimarket Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten” (Jakarta: Skripsi Sarjana Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, 2016)



berfokus pada hubungan signifikan antara persepsi tentang Minimarket dengan kondisi ekonomi para pedagang di pasar tradisional. Fokus penelitian ini lebih mengarah pada pengaruh kondisi sosial masyarakat. Perbedaannya penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun persamaan penelitian ini yaitu membahas tentang pengaruh berdirinya Minimarket di sekitar para pedagang.

3. Artikel jurnal yang ditulis oleh Denanda Padela Rahayu, Marleni, dan Sri Rahmadani yang berjudul “Dampak Kehadiran Minimarket Pada Kehidupan Masyarakat Di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi (2021)”. Hasil dari penelitian ini adalah terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan mencoba untuk memenuhi kebutuhan pada masyarakat.<sup>10</sup> Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif sedangkan penulis menggunakan metode penelitian studi kasus. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama melihat perubahan gaya hidup masyarakat selama adanya Minimarket mengalami perubahan.
4. Skripsi Ratna Novitasari yang berjudul “Dampak keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional: Studi Kasus Pasar Panco Lombok Timur”. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perubahan pendapatan para pedagang tradisional setelah adanya Minimarket di sekitar pasar tradisional Panco. Pendapatan pedagang tradisional mengalami penurunan atau berkurangnya pendapatan yang diperoleh setelah hadirnya Minimarket di sekitar pasar tradisional yang menjual berbagai macam jenis kebutuhan

---

<sup>10</sup> Denanda Padela Rahayu, Marleni, dan Sri Rahmadani, “*Dampak Kehadiran Minimarket Pada Kehadiran Masyarakat Di Kelurahan Buluran Kanali Kota Jambi*” Jurnal Pendidikan Sejarah, vol.6 no.2, (2021)

masyarakat disetiap harinya.<sup>11</sup> Adapun perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis data yang digunakan adalah metode induktif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama melihat perubahan perilaku konsumen dengan adanya Minimarket.

5. Artikel jurnal yang di tulis oleh Sugiono Sanusi, Willy Tri Hardiyanto, Nanang Bagus “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kaki Lima (PKL) di Sepanjang Jalan Mt. Haryono Dinoyo Malang Jawa Timur”.<sup>12</sup> Penelitian ini menggambarkan dampak dari berdirinya Minimarket di sekitar pedagang kaki lima. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian ini lebih terfokus pada dampak positif dan negatif dari berdirinya Minimarket, sedangkan penulis lebih berfokus pada perubahan perilaku konsumen dengan adanya Minimarket. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sejak adanya Minimarket di tengah-tengah masyarakat. Masyarakat lebih beralih berbelanja di Minimarket atau ritel modern ketimbang toko tradisional. Dengan perubahan perilaku yang dilakukan konsumen saat sekarang ini sangat merugikan para pedagang tradisional.

---

<sup>11</sup> Ratna Novitasari, “Dampak keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional: Studi Kasus Pasar Panco Lombok Timur” (Mataram : Skripsi Sarjana Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Mataram, 2020)

<sup>12</sup> Sugiono Sanusi, Willy Tri Hardiyanto, Nanang Bagus “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kaki Lima (PKL) di Sepanjang Jalan Mt. Haryono Dinoyo Malang Jawa Timur” Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP) 1 (2), 2015.

## B. Tinjauan Teori

### 1. Teori Perubahan Sosial

Perubahan sosial dapat didefinisikan sebagai perubahan yang terjadi dalam struktur sosial dan hubungan sosial. Perubahan bisa terjadi pada norma-norma, nilai-nilai, produk budaya dan simbol dalam suatu masyarakat, Lembaga, pola interaksi, kerja, aktivitas rekreasi, peran, norma dan aspek-aspek lain dari masyarakat dapat berubah dari waktu ke waktu sebagai hasil dari proses perubahan sosial.<sup>13</sup>

Perubahan sosial merupakan suatu gejala umum, karena setiap masyarakat selalu mengalami perubahan, tidak ada masyarakat yang tidak berkembang, walaupun perubahan dan perkembangan tersebut tidak selamanya sama, setiap masyarakat memiliki cara dalam menerima perubahan. Perubahan merupakan ciri dari setiap masyarakat baik masyarakat perkotaan maupun masyarakat pedesaan. Cepat atau lambat, disengaja atau tidak, masyarakat tidak akan terhindar dari proses perubahan. Arah perubahan bersifat multi dimensional, dan sumber penyebabnya yaitu datang dari luar masyarakat maupun dalam diri masyarakat itu sendiri. Perubahan sosial kultural masyarakat disebabkan berbagai faktor seperti perkembangan pengetahuan dan teknologi, perkembangan transportasi dan komunikasi, serta perpindahan penduduk dari desa ke kota.<sup>14</sup>

Perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi dari bentuk-bentuk masyarakat. Adanya interaksi sosial akan menimbulkan proses

---

<sup>13</sup> Roshan J Joseph. 2012. *"Parsons Pattern Variable and Social Change Analysis. Search and Research"*. 3 (3): 18-21

<sup>14</sup> Rauf Hatu, 2011. *"Perubahan Sosial Kultural Masyarakat pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik)"*. Jurnal Inovasi, 8 (4): 1 – 11

sosial di dalam masyarakat. Penyebab perubahan masyarakat adalah karena majunya ilmu pengetahuan (mental manusia), teknik serta penggunaannya di dalam masyarakat, komunikasi dan transportasi, urbanisasi, perubahan perubahan dan penambahan harapan dan tuntunan manusia, semuanya ini mempunyai pengaruh dan akibat bersama di dalam masyarakat, yaitu perubahan di dalam masyarakat secara “shock” dan karenanya terdapatlah perubahan masyarakat atau biasa disebut “social change”.

Dalam pandangan Haferkamp dan Smelser setiap teori perubahan harus mengandung tiga unsur utama yang saling berhubungan satu sama lain, yaitu:

1. Penentu struktural perubahan sosial,
2. Proses dan mekanisme perubahan sosial,
3. Arah perubahan sosial.

Penyebab perubahan dapat berasal dari dalam maupun dari luar sistem sosial. Fenomena perubahan yang terjadi juga ditentukan oleh faktor endogen dan eksogen. Faktor endogen yaitu faktor dalam diri pedagang, meliputi; usia, motivasi dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksogen yaitu faktor luar; meliputi faktor politik diantaranya adalah kebijakan pemerintah dalam pembangunan jalan, jembatan dan pembangunan pasar tradisional, dan minimarket. Faktor ekonomi juga mempengaruhi karena berkurangnya hasil perdagangan untuk mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga menyebabkan banyak pedagang yang beralih profesi.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Halimatus Sakdiah , “*Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)*”. 2016.

Para ilmuwan sosial membagi dua jenis perubahan sosial, Pertama, perubahan sosial evolusioner dan kedua, perubahan sosial yang revolusioner. Perubahan sosial jenis pertama bergerak sama halnya dengan pergerakan sejarah, yaitu perubahan yang terjadi secara perlahan-lahan dan kumulatif. Sementara perubahan jenis kedua merupakan perubahan yang terjadi dengan begitu cepat tanpa diprediksi sebelumnya.<sup>16</sup> Perubahan sosial terjadi karena ada perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat seperti perubahan dalam unsur geografis, ekonomis dan kebudayaan. Ada kondisi-kondisi primer yang menyebabkan terjadinya perubahan misalnya, kondisi-kondisi ekonomis, teknologis, geografis atau biologis menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan dalam aspek-aspek kehidupan sosial lainnya.<sup>17</sup>

Talcott Parsons terkenal dengan empat imperatif fungsional bagi sistem “tindakan” yaitu skema AGIL. Fungsi adalah suatu gugusan aktivitas yang diarahkan untuk memenuhi satu atau beberapa kebutuhan sistem. Menggunakan definisi ini, Parson percaya bahwa ada empat imperatif fungsional yang diperlukan atau menjadi ciri seluruh sistem. Agar bertahan hidup maka sistem harus menjalankan keempat fungsi:

1. *Adaptation* adalah sebuah sistem harus menanggulangi situasi eksternal yang gawat, sistem harus menyesuaikan dengan lingkungannya.

---

<sup>16</sup> Abuddin Nata, Sosiologi Pendidikan Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2014.

<sup>17</sup> Halimatus Sakdiah, “Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)”. 2016.

2. *Goal attainment* adalah sebuah sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya.
3. *Integration* adalah sebuah sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Sistem juga harus mengatur antar hubungan fungsi lain (A,G, L).
4. *Latency* adalah sistem harus melengkapi, memelihara dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi.<sup>18</sup>

Salah satu alternatif yang bisa diaktualisasikan untuk mempertahankan kearifan lokal toko kelontong adalah dengan berkonsep pada teori Talcott Parsons, bahwa toko kelontong sebagai suatu sistem ibarat makhluk hidup, agar dapat terus berlangsung hidup, para pedagang harus dapat beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungannya, harus mampu bertahan ketika situasi eksternal sedang tidak mendukung; seperti cuaca, pasang surutnya air, geografis pemukiman penduduk, gerak pembangunan, berkurangnya transportasi laut, dan bermunculannya pasar lokal dan modern. Selanjutnya toko kelontong sebagai sebuah sistem harus memiliki suatu arah yang jelas dan dapat berusaha mencapai tujuan utamanya yakni sebagai wadah mencari nafkah keluarga, Dalam syarat ini, sistem yang terlibat dalam aktivitas toko kelontong harus dapat mengatur, menentukan dan memiliki sumberdaya untuk menetapkan dan mencapai tujuan yang bersifat kolektif. Kemudian sebuah sistem tersebut harus mengatur hubungan antar bagian yang menjadi komponennya. Setiap komponen toko kelontong juga

---

<sup>18</sup> Jacek Tittenbrun, 2014. "*Talcott Parsons' Economic Sociology*". International Letters of Social and Humanistic Sciences. 13: 20-40. Doi: 10.18052/www.scipress.com/ILSHS.13.20

harus dapat mengelola hubungan antara ketiga fungsi penting lainnya yaitu penyesuaian (adaptation), pencapaian tujuan (goal attainment), dan memelihara pola budaya (latency). Selanjutnya toko kelontong harus melengkapi, memelihara dan memperbaiki pola-pola budaya yang menciptakan dan menopang motivasi.

Berdasarkan teori perubahan sosial Parsons, kebijakan pemerintah tersebut merupakan faktor eksogen. Perubahan pada faktor eksogen akan membawa perubahan pada faktor endogen. Perubahan sistem yang dipengaruhi oleh faktor eksogen mengharuskan adanya adaptasi, pencapaian tujuan, integrasi dan pemeliharaan pola dari para pedagang toko kelontong sehingga terjadi keseimbangan (equilibrium) suatu sistem.<sup>19</sup>

## 2. Teori Pilihan Rasional

Rasional berasal dari kata rasio dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu konsisten dengan pemikiran logis atau akal sehat manusia. Rasional juga dapat diartikan sebagai pertimbangan yang wajar dan tepat.<sup>20</sup> Jadi secara garis besar makna rasional adalah apa yang menjadi dasar pikiran ketika membuat keputusan itu sejalan dengan akal sehat dan logika. Selain itu, semuanya dilaksanakan dengan sadar dan dengan akal sehat, disertai dengan berbagai pertimbangan kebutuhan dasar. Bisa ditutup dengan penjelasan singkat di atas, bahwa pilihan rasional merupakan pilihan yang didasarkan pada kesadaran nalar tiap-tiap individu.

---

<sup>19</sup> Halimatus Sakdiah , “*Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)*”. 2016.

<sup>20</sup> I Nyoman Sudiarta, I Wayan Suardana, dan Nyoman Ariana, “*Persaingan Daya Tarik Pariwisata Bali Suatu Kajian Konseptual dan Empiris*,” *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata* 4, no. 1 (2014), h.37.

Menurut Coleman, ada dua unsur utama dalam teori ini, yaitu aktor dan sumber daya. Sumber daya adalah suatu yang menarik perhatian dan yang tepat dapat di control oleh aktor. Coleman menjelaskan batas minimal untuk sistem sosial tindakan adalah dua orang aktor, masing-masing mengendalikan sumber daya yang menarik perhatian pihak lain. Selaku aktor yang mempunyai tujuan, masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan perwujudan kepentingannya yang memberikan ciri saling tergantung atau ciri sistematik terhadap tindakan mereka. Dari teori pilihan rasional ini, James Coleman menciptakan fenomena makro yang paling mendasar, yaitu sistem independen. Dalam sistem tersebut, coleman menjelaskan bahwa aktor bertindak bukan untuk mencapai tujuannya sendiri melainkan tujuan bersama atau tujuan kolektif yang independen. Pemusatan perhatiannya pada tindakan rasional individu ini kemudian dilanjutkan dengan memusatkan perhatian pada masalah mikro makro atau bagaimanapun cara gabungan tindakan individual menimbulkan perilaku sistem sosial. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa aktor adalah informan dan sumber daya adalah pasar modern dan pasar tradisional.

Untuk lebih memperjelas mengenai teori pilihan rasionalnya James Coleman mencoba mendalami tentang perilaku kolektif yang merupakan isu makro yang dapat memperlihatkan sisi makro individu dan pelakunya. Untuk mendapatkan keuntungan maksimal guna mencapai kepentingan dan tujuannya aktor perlu menyadarkan atau menarik perhatian orang lain sehingga terbentuklah perilaku kolektif. Selain aktor kolektif norma juga mengambil andil penting dalam hal ini. Norma didefinisikan sebagai upaya untuk mencapai suatu keseimbangan serta efektivitas dalam suatu kelompok masyarakat. Selanjutnya ialah aktor korporat, aktor korporat merupakan aktor yang muncul dari upaya kelompok sosial yang mendorong aktor secara



bersama-sama.<sup>21</sup> Dalam hal ini Coleman juga mencoba memperlihatkan interaksi antara aktor dengan sumber daya secara lebih rinci sampai dengan tingkat sistem sosial dengan menuju pada sebuah tindakan dua orang aktor yang masing-masing mengendalikan sumber daya yang ia miliki untuk menarik khalayak.

Teori ini dapat di jelaskan bahwa adanya pilihan rasional dimana masyarakat memili pandangan yang berbeda terhadap berbelanja kebutuhan pokok, seperti sembako, dan kebutuhan pokok lainnya. Teori pilihan rasional oleh Coleman tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah kepada suatu tujuan itu di tentukan oleh nilai atau pilihan. Tetapi Coleman menyatakan bahwa untuk maksud yang sangat teoritis, memerlukan konsep yang lebih tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan yang memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Keseluruhan masyarakat atau konsumen ini juga mempunyai pilihan rasional masing-masing, tindakan informan mengarah kepada suatu tujuan, dan tujuan itu ditentukan oleh nilai atau pilihan perseorangan, seperti data yang ditentukan pada penjelasan sebelumnya, adanya pasar modern masuk di Kabupaten Pinrang tidak membuat keseluruhan masyarakat terkecoh dengan memilih berbelanja di pasar modern. Berdasarkan data yang ditemukan bahwa sebagian besar dari delapan dari sepuluh informan, informan tetap memilih berbelanja di pasar tradisional atau toko eceran, menurut pilihan yang dilandaskan nilai dan tujuan masing-masing. Seperti pilihan harga, kepuasan pelayanan dan

---

<sup>21</sup> Septi Sinta Dewi, “*Pilihan Rasional Pelaku Home Industry CIU di Desa Wlahar Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas*”, (Skripsi: Jurusan Pendidikan Sosiologi Ilmu Antropologi, 2018), h.14

menurut informan berbelanja di pasar tradisional juga dapat menyambung silaturahmi. Alasan-alasan tersebut termasuk pilihan-pilihan rasional dari aktor atau informan masing-masing untuk memilih berbelanja di pasar tradisional.

Tidak berbeda dengan informan lain yang memilih berbelanja di pasar modern, mereka memilih berbelanja di pasar modern karena tujuan utama adalah nilai praktis, walaupun informan mengetahui bahwa harga lebih mahal dibandingkan dipasar tradisional. Selain itu, informan mengatakan bahwa berbelanja di pasar modern lebih menguntungkan karena adanya diskon untuk barang-barang tertentu, yang mana pada barang itu digunakan setiap hari, yaitu minyak goreng, sabun cuci, gula pasir dan lainnya. Barang yang berdiskon tersebut membantu informan lebih hemat.<sup>22</sup>

### **C. Kerangka Konseptual**

#### **1. Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

##### **a. Pengertian Pasar tradisional**

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah dan masyarakat setempat sengan tempat usaha berupa toko, gerai dan kios yang dimiliki oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal yang kecil, dengan proses jual beli. Pasar tradisional dijadikan sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan demikian pola hubungan ekonomi yang terjadi di pasar tradisional

---

<sup>22</sup> Bella Ika Yunita, "*Pola Perilaku Berbelanja Masyarakat Desa Di Tengah-Tengah Pasar Modern : Studi Kasus Masyarakat Desa Gurah Kabupaten Kediri*" (Skripsi Thensis, Universitas Airlangga, 2018)

menghasilkan terjalinnya interaksi sosial yang akrab antara penjual dan pembeli.<sup>23</sup>

Kekuatan pasar tradisional tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut diantaranya yaitu harga yang dijual lebih murah, dekat dengan pemukiman penduduk dan memberikan banyak pilihan produk.<sup>24</sup> Pasar tradisional lebih di kenal dengan kelemahannya pada kondisi lingkungan yang tidak nyaman seperti kotor dan bau. Pasar tradisional juga memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari tata letak, tampilan yang tidak sama dengan pusat perbelanjaan modern, lokasi waktu operasional yang terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan dan tempat parkir yang kurang rapih.<sup>25</sup>

b. Pengertian pasar modern

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang dipenjual belikan dengan harga pas dan sistem layanan mandiri. Tempat berlangsungnya pasar ini seperti di mall *supermarket*, *departemen store*, *shopping centre*, toko mini *swalayan*, dan toko serba ada. Barang yang diperjual belikan memiliki varian jenis yang beragam. Selain menyediakan

---

<sup>23</sup> Istijabatul Aliyah, “*Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan*”. Cakra Wisata, 2017, 18.2.

<sup>24</sup> Tedi Septa Kurnia, “*Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Pasar Tradisional: Studi Kasus di Pasar Tanjung Sari Kabupaten Sumedang*”. (Bandung: Skripsi Sarjana program studi ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022).

<sup>25</sup> Kadek Cyntia Pratiwi, I Nengah Kartika, “*Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading*”, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 2019, 8.7: 805-34.

barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan produk-produk impor. Barang yang diperjual belikan mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat barang yang *rijek* atau tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Secara kualitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Selain itu, dari segi harga pasar modern memiliki label harga yang pasti. Arti modern disini adalah penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga professional. Adanya penyediaan barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen menyebabkan banyak orang mulai beralih ke pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Dampak positif keberadaan pasar modern diantaranya meningkatkan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi angka pengangguran yang ada di Kabupaten Pinrang, memudahkan konsumen untuk berbelanja dengan aman dan nyaman, meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi.

Namun selain dampak positif, terdapat juga dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya pasar modern terhadap para pedagang pasar tradisional yang menjual barang yang sama dengan pasar modern dan jaraknya yang berdekatan akan membuat sebagian konsumen berpindah berbelanja ke pasar modern. Dengan terjadinya hal itu akan membuat para pedagang pasar tradisional yang sudah berdiri sebelum adanya pasar modern akan mengalami penurunan pendapatan.

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah pasar modern maka persaingan di bidang perdagangan semakin kuat. Bagi para pedagang yang tidak siap menghadapi gencaran masuknya pedagang baru yang lebih menarik dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang menarik dan disertai dengan teknologi yang modern dibarengi dengan manajemen yang lebih baik maka persaingan akan semakin ketat. Pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya rata-rata pendapatan yang dapat dibelanjakan, akan bertambah besar pula permintaan akan pasar yang lebih khusus dan spesifik. Sehingga dapat dikatakan bahwa pasar yang berhasil adalah yang paling dapat menyesuaikan barang dan jasanya dengan permintaan pasar.

Dalam sistem ekonomi pasar, aktivitas produsen dan konsumen tidak di rencanakan oleh sebuah lembaga sentral, melainkan secara individual oleh para pelaku ekonomi. Sistem persaingan yang terbentuk dapat membuat produksi serta konsumen dan lokasi sumber daya manusia dan modal menjadi efisien.

Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan modal utama untuk bertahan. Bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat mengatakan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi

distribusi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk *marketing mix*.

Perilaku konsumen dengan sejumlah permintaan dapat diasumsikan bahwa seorang konsumen akan mengalokasikan pendapatannya berupa uang yang terbatas terhadap barang dan jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dalam pengalokasian pendapatannya tersebut seorang konsumen akan memaksimalkan agar mendapatkan kepuasannya. Sehingga dapat dikatakan seorang konsumen akan mengatur pembeliannya sesuai dengan pendapatannya tersebut seorang konsumen akan memaksimalkan agar mendapatkan kepuasannya. Sehingga dapat dikatakan seorang konsumen akan mengatur pembeliannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya dengan memilih berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern.

Jika seorang konsumen ingin mendapatkan harga yang lebih murah mereka rela berdesak-desakan di dalam pasar tradisional dengan suasana yang kotor, dan bau. Lain halnya dengan seorang konsumen yang berpendapatan tinggi menengah ke atas pasti lebih senang berbelanja ke minimarket dengan pertimbangan tempat yang nyaman, bersih serta pelayanan baik. Kepuasan mereka ketika berbelanja terasa nyaman harga tidak menjadi permasalahan yang utama. Setelah preferensi konsumen sudah ditetapkan maka akan muncul utilitas (*utility*). Utilitas (*utility*) adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang dan utilitas

merupakan ukuran manfaat suatu barang dibandingkan dengan alternatif penggunaannya.<sup>26</sup>

## 2. Gejala Sosial Minimarket dan Perubahan Perilaku Konsumen

Gejala sosial adalah fenomena yang ditandai dengan timbulnya permasalahan sosial yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tingkah laku setiap individu di dalam lingkungan kehidupannya. Dengan kata lain, setiap gejala ini menjadi dampak sekaligus penyebab dari gejala sosial dengan hadirnya Minimarket di tengah-tengah masyarakat. Kehidupan masyarakat yang selalu mengalami perubahan seiring berkembangnya zaman. Dalam proses perubahan yang terjadi terkadang muncul kondisi yang tidak diharapkan atau tidak seharusnya terjadi.

Adanya gejala sosial ini memberikan dampak terhadap masyarakat. Secara umum, ini memiliki dampak positif maupun negatif bagi kehidupan bermasyarakat. Dampak positifnya berupa modernisasi, sedangkan dampak negatif bisa berupa kemiskinan.<sup>27</sup>

Perilaku masyarakat dalam berbelanja juga mengalami perubahan. Perubahan yang dimaksud dalam hal ini adalah perubahan dalam memilih tempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari yaitu terjadinya pergeseran gaya hidup dari tradisional menjadi modern, sehingga menciptakan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja. Perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk

---

<sup>26</sup> Tedi Septa Kurnia, “Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Pasar Tradisional: Studi Kasus di Pasar Tanjung Sari Kabupaten Sumedang”. (Bandung: Skripsi Sarjana program studi ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022).

<sup>27</sup> Rafid Naufal Raiftissia, “Melihat Gejala Sosial Yang Ada Di Masyarakat”. 2021

mengalokasikan sumber daya yang tersedia seperti waktu, uang, usaha, dan energi. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang, lokasi toko, kualitas produk, serta pendapatan yang dimiliki.

Kebijakan mengenai harga hanya bersifat sementara, yang dimana berarti produsen harus mengikuti perkembangan harga di pasar dan kualitas produk yang ada. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk juga merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan para pelanggan.

Cara untuk menentukan kepuasan konsumen terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan, salah satunya kualitas produk. Dapat diartikan bahwa kualitas suatu produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan daridaya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Perusahaan memberikan penawaran produk yang berkualitas terbaik untuk menciptakan kepuasan konsumen di dalam pasar. Apabila kualitas produk yang ditawarkan tidak memuaskan konsumen, maka secara otomatis konsumen tersebut akan merubah pilihannya dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya.



Konsumen yang merasakan hasil dari produk yang berkualitas akan merasa puas dan akan memberikan kesan tersendiri didalam benak konsumen.

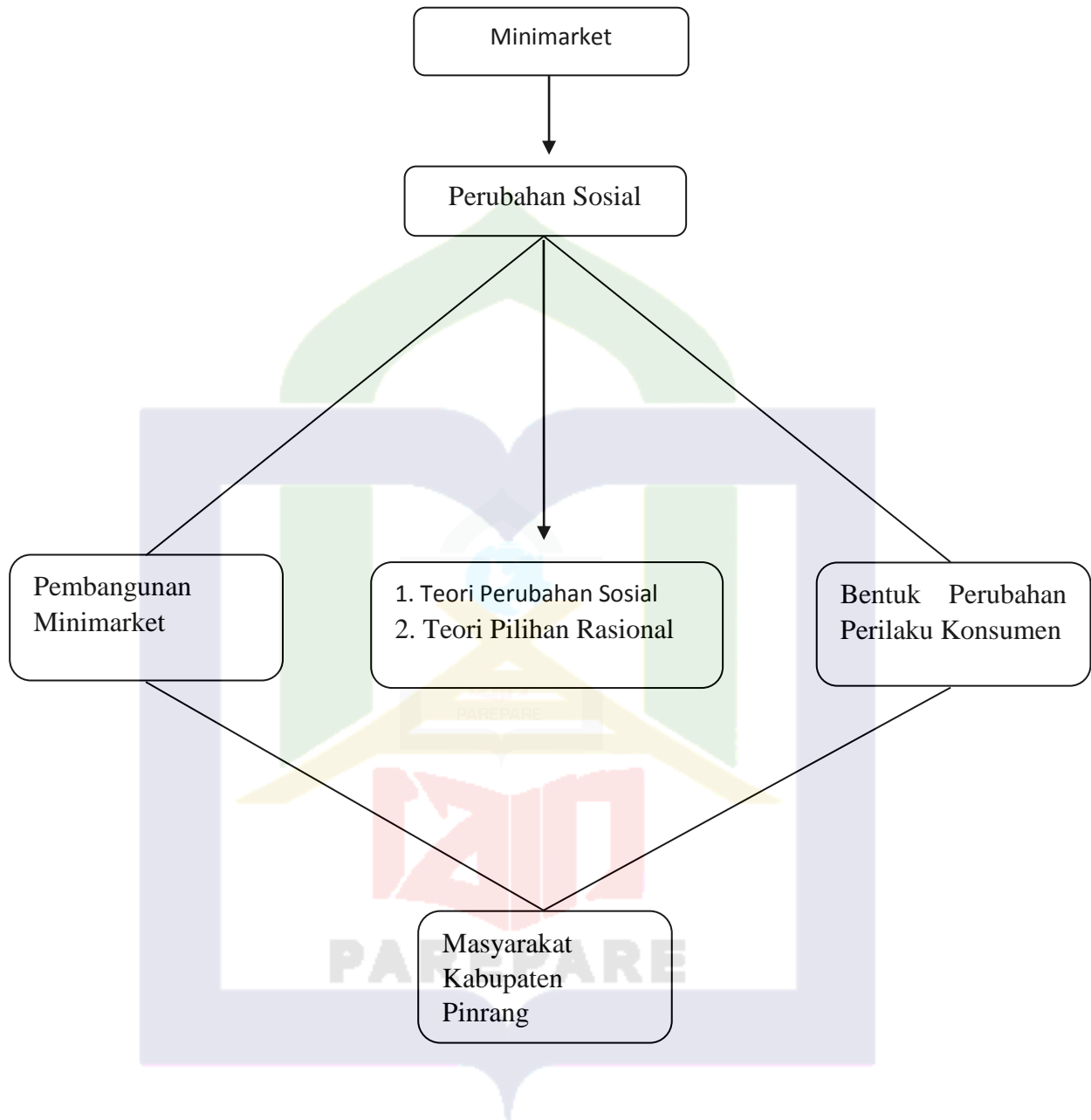
Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Seringkali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Pilihan konsumen akan mengalami perubahan apabila terjadi perubahan pada pendapatannya. Jika pendapatannya meningkat, konsumen akan membeli barang yang sesuai dengan kemampuannya. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka konsumen akan merubah pilihannya dalam membeli suatu barang dan mendahulukan yang mana barang yang menjadi prioritas.<sup>28</sup>

#### **D. Kerangka Berfikir**

Peneliti membuat skema atau bagan yang akan di jadikan sebagai kerangka pikir dari judul yang telah diajukan. Bagan yang dibuat adalah cara berfikir peneliti guna mempermudah pembaca dalam berfikir sehingga lebih mudah dipahami dan dimengerti. Adapun bagan yang dibuat tidak lepas dari judul peneliti.

---

<sup>28</sup> Made Deswitha Saraswati, I Wayan Wenagama, “Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern”. Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, 2019, 8.8: 1824-1852.



Gambar 2.1 Bagian Kerangka Pikir

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dilihat dari penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini mengumpulkan dan mendeskripsikan data dengan kata-kata, seperti hasil wawancara antara penulis dan responden. Alasan mengapa peneliti memilih metode penelitian kualitatif adalah karena dalam sebuah penelitian harus mempelajari secara langsung subjek dalam penelitian sehingga peneliti dapat secara langsung mengamati dan mewawancarai subjek serta memperoleh data yang diperlukan.<sup>29</sup>

##### B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan tempat untuk meneliti diwilayah Kabupaten Pinrang. Adapun waktu pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan selama 3 bulan.

##### C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada masyarakat di Kabupaten Pinrang, khususnya pada perubahan perilaku konsumen setelah adanya Minimarket, bentuk perubahan perilaku konsumen dan dampak perubahan perilaku konsumen terhadap pedagang tradisional di desa tersebut.

---

<sup>29</sup> Salim dan Syahrur, *“Metode Penelitian Studi Kasus Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan”* (Bandung: Citapustaka Media, 2012).

## D. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu dalam bentuk teks. Data kualitatif didapatkan melalui beberapa teknik pengumpulan data, seperti wawancara, dan dokumentasi. Adapun pengumpulan data lainnya dapat diperoleh melalui pengambilan gambar.<sup>30</sup>

### 2. Sumber Data

#### a. Data Primer

Data yang diperoleh dari proses tinjauan langsung pada lapangan, dan data-data yang harus dicari melalui narasumber atau orang yang dijadikan sebagai informasi terkait data yang akan di teliti. Peneliti memperoleh sumber data yang ada dengan melakukan observasi (pengamatan) dan wawancara. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

Tabel 2.2 Kriteria Informan

Informan	Jumlah
Karyawan	10 orang
Masyarakat	11 orang
Jumlah	21 Orang

<sup>20</sup> Sarniad, “Efektifitas Program Bimbingan Mediasi dalam Penanganan Perceraian” (Parepare, Skripsi Sarjana STAIN Parepare, 2017).

#### b. Data Sekunder

Yaitu data yang bersumber dari membaca, menelaah buku-buku dan karya tulis ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian penulis.<sup>31</sup>

### E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti guna untuk mengumpulkan data-data yang di perlukan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi adalah pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti. Observasi adalah teknik atau metode pengumpulan data dengan mengamati kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan menggunakan observasi terhadap subjek penelitian. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Dari tiga sudut pandang di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa observasi adalah teknik atau metode dalam pengumpulan data secara sistematis dari objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>32</sup>

#### 2. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik yang mengekstraksi data dari dialog antara dua pihak atau lebih untuk tujuan tertentu. Pewawancara adalah orang yang

---

<sup>31</sup> Rulita Dwi Afrianti, “Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Di Kelurahan Jembatan Kecil Di Tinjau Dari Ekonomi Islaam” (Proposal Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2016), h.15

<sup>32</sup> Hasdani dkk, “Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif” (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).

mengajukan pertanyaan, dan yang diwawancarai bertindak sebagai narasumber dan memberikan jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Wawancara dapat mengkontraksi informasi tentang peristiwa, perasaan, motifasi, perhatian harapan akan masa yang akan datang, dan memperluas informasi yang dikembangkan peneliti sebagai triangulasi. Peneliti memiliki teknik wawancara untuk memperoleh data yang lebih banyak, lebih akurat, dan mendalam.<sup>33</sup> Oleh karena itu, pengamatan yang dilakukan secara langsung dari semua peristiwa atau gejala yang diamati.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lain. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Data yang diperoleh melalui teknik dokumentasi dikategorikan sebagai data sekunder, sedangkan data yang diperoleh melalui teknik wawancara terstruktur dikategorikan sebagai data primer atau data yang diperoleh dari narasumber.<sup>34</sup>

## F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Uji keabsahan data

---

<sup>33</sup> Farida Nugrhani, "*Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*". (Yogyakarta: Pilar Media, 2014).

<sup>34</sup> Hardani dkk, "*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*". (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020)

dalam penelitian ini meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.<sup>35</sup> Kriteria uji keabsahan data tersebut dapat dijadikan tolok ukur untuk bisa mendapatkan kesimpulan untuk menjamin ke validitasan sebuah data yang diperoleh peneliti.

1. Kepercayaan (*credibility*)

Kredibilitas yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan sebuah data sehingga mampu membuktikan kesesuaian antara hasil pengamatan dan realitas dilapangan, apakah data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan.

2. Kebergantungan (*dependability*)

*Dependability* adalah sebuah kriteria dalam menilai apakah proses penelitian bermutu atau tidak. Proses dapat meminjam temuan peneliti apakah temuannya dapat dipertahankan dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Uji *dependability* dilakukan dengan melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian.

3. Kepastian (*confirmability*)

*Confirmability* merupakan kriteria penilaian untuk menilai kualitas hasil penelitian dengan penekanan pelacakan data dan informasi serta interpretasi yang didukung oleh materi yang ada pada penelusuran dan pelacakan.

4. Triangulasi

Triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran informasi atau data yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara

---

<sup>35</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Parepare: IAIN Parepare, 2020), h.23

mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan data. Hal-hal yang dipakai untuk pengecekan dan perbandingan data adalah sumber, metode, peneliti, dan teori. Dalam penelitian kualitatif dikenal dengan empat jenis teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber (*data triangulation*) triangulasi peneliti (*investigator triangulation*), triangulasi metodologis (*methodological triangulation*) dan triangulasi teoretis (*theoretical triangulation*).<sup>36</sup> Pada penelitian ini keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti ialah uji *credibility*, yang dilakukan dengan triangulasi.

### **G. Teknik Analisi Data**

Dalam penelitian kualitatif, data yang diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan.

Menurut Bogdan dan Sugiono menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada yang lain.

Menurut Bogdan dan Biklen dalam moleong mengemukakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memila-mila menjadi satuan yang dapat dikelola,

---

<sup>36</sup> Sumasno Hadi, *Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi*, (Jurnal Ilmu Pendidikan, Jilid 22, No 1, 2016), h.75



mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa analisis data adalah suatu yang dapat dipandang sebagai proses dan penjelasan dari suatu komponen yang harus ada dalam analisis data. Analisis data juga termasuk proses menyusun data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh secara langsung dari lapangan dengan cara menjabarkan ke dalam bagian-bagian serta memilih mana yang penting yang dapat di pahami oleh penulis maupun pembaca.

Milles dan Huberman mengemukakan ada tiga tahap yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:

#### 1. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dan mencari tema dan polanya data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk pengumpulan data.

Reduksi data ini adalah suatu kegiatan yang dilakukan penulis untuk merangkum atau membuat kesimpulan dari data yang telah diperoleh maka akan mempermudah untuk pengumpulan data.

#### 2. Penyajian Data (*data display*)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang sudah dianalisa, tetapi analisis yang dilakukan masih berubah catatan untuk kepentingan sebelum disusun dalam bentuk laporan.

Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk puraian yang didukung dalam matriks jaringan kerja. Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data dengan cara menyajikan hasil wawancara dan obeservasi yang sudah ditulis dalam bentuk tulisan.

### 3. Penarikan Kesimpulan (*verification*)

Merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan dijelaskan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian, berdasarkan analisis *interactive model*.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Haerani “*Dampak Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menengah Di Desa Batunyala*” (Mataran, Skripsi Sarjana Universitas Islam Negeri Mataram, 2020)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Perilaku Konsumen setelah Adanya Pembangunan Minimarket**

Pada dasarnya masyarakat desa lebih dominan berbelanja di Pasar dan di toko kelontong tetapi seiring perkembangan yang ada pembangunan Minimarket juga sudah dapat kita temui di desa. Dengan adanya pembangunan toko modern yang berada ditengah-tengah masyarakat seperti saat sekarang ini dapat kita lihat dan cermati perubahan perilaku yang ditimbulkan oleh para konsumen. Perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih dalam memilih tempat berbelanja yang lebih ke modern.

Berikut tanggapan informan PN mengenai perilaku konsumen setelah adanya pembangunan Minimarket:

“Setelah adanya Minimarket di dekat rumah, saya lebih sering berbelanja kebutuhan pokok di Minimarket karena produk yang disana cukup lengkap menurutku. Dapat kita lihat dari token listrik, bahan sembako, dan makanan impor juga dapat kita temui di Minimarket”.<sup>38</sup>

Jadi masyarakat yang pada umumnya lebih sering berbelanja di toko kelontong dan di pasar kini beralih berbelanja di Minimarket dengan alasan-alasan tertentu yang membuat masyarakat memilih berbelanja sebagian dari bahan sembako di Minimarket. Perubahan konsumen tersebut yang sangat merasakan dampaknya yaitu pedagang tradisional yang notabeneanya hanya mendapat penghasilan dari berdagang. Dengan perubahan perilaku konsumen yang mengarah ke modern ini membuat penghasilan para pedagang tradisional menurun yang dulunya ramai konsumen kini mulai sunyi.

---

<sup>38</sup> P. Ngating, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023.

Hal tersebut juga di ungkapkan oleh NH.

“Dengan adanya Minimarket didekat rumah saya, sangat membantu saya dalam mencari kebutuhan setiap harinya dalam satu tempat. Meskipun kadang saya merasa sedikit tidak enak kepada pemilik toko kelontong karena jualan mereka saya lewati jika ingin pergi ke Minimarket. Meskipun begitu, saya merasa nyaman jika berbelanja di Minimarket karena tempatnya yang nyaman, dan pelayanannya yang ramah”.<sup>39</sup>

Selain jarak antara perumahan masyarakat dengan Minimarket sangat dekat dan sangat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Kehadiran Minimarket juga dapat mempermudah masyarakat dalam berbelanja dengan pelayanan sistem mandiri konsumen dapat mencari dan melihat produk apa yang mereka inginkan tanpa perlu bertanya lagi. Begitu juga yang diungkap oleh JML mengenai perilaku konsumen sebelum adanya Minimarket:

“Masyarakat di sini yang dulu dominan berbelanja di toko kelontong kini beralih ke Minimarket karena yang saya liat disini masyarakat lebih nyaman berbelanja di Minimarket ketimbang toko kelontong dan sudah semakin banyak yang beralih dalam berbelanja. Toko kelontong yang biasanya ramai konsumen kini mulai berkurang. Mungkin perubahan perilaku konsumen tersebut mempunyai alasan-alasan tertentu yang membuat mereka beralih tempat berbelanja”.<sup>40</sup>

Kehadiran pembangunan Minimarket ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan setiap harinya. Selain itu masyarakat juga dapat membeli kebutuhannya dalam satu tempat karena di Minimarket semua produk atau kebutuhan konsumen sudah terbilang lengkap. Hal serupa juga diungkapkan oleh informan JST.

“Menurut saya Minimarket yang berada disekitar rumah ini sangat membantu karena saya tidak perlu lagi ke kota untuk membeli kebutuhan anak saya yang masih balita seperti susu dan keperluan lainnya. Karena kebutuhan tersebut tidak dapat saya temui di toko kelontong. Meskipun ada sebagian kebutuhan anak dijual di toko kelontong tetapi saya lebih nyaman

---

<sup>39</sup> Nur Hayati, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023.

<sup>40</sup> Jamalita, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapa pada Tanggal 25 Oktober 2023.

berbelanja kebutuhan dalam satu tempat selain itu tempatnya juga nyaman dan bersih berbeda jauh dengan toko kelontong”.<sup>41</sup>

Pada dasarnya konsumen sadar akan kehadiran toko kelontong yang mereka lewatkan saat ingin berbelanja di Minimarket. Tetapi konsumen lebih memilih berbelanja di Minimarket dengan alasan di Minimarket tempatnya lebih nyaman dan bersih berbeda dengan di toko kelontong. Perilaku masyarakat tersebut sangat merugikan para pedagang toko kelontong yang berpenghasilan dari jualannya.

Hal senada juga diungkapkan oleh informan TN, yang mengatakan bahwa: “Dengan adanya Minimarket di sekitar rumah cukup memudahkan saya dalam memenuhi kebutuhan saya sebagai ibu rumah tangga dalam menyediakan keperluan dapur, karena di Minimarket perlengkapan sudah terbilang lebih lengkap ketimbang toko kelontong. Meskipun pada dasarnya saya sadar bahwa dengan perubahan cara berbelanja saya juga mempengaruhi interaksi saya dengan masyarakat berkurang terutama kepada pemilik toko kelontong”.<sup>42</sup>

Dari pandangan diatas dapat dicermati bahwa pada dasarnya perilaku konsumen masyarakat setelah adanya Minimarket lebih dominan berbelanja di Minimarket ketimbang di toko kelontong. Keberadaan Minimarket yang berada dalam satu jangkauan masyarakat juga sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Hal tersebut juga dirasakan oleh informan MRW:

“Keberadaan Minimarket memang sangat membantu masyarakat termasuk saya sendiri yang setiap hari berbelanja disana karena kebutuhan setiap harinya tidak dapat kita tahu habisnya. Sebenarnya dengan kehadiran Minimarket ini pihak pedagang tradisional yang sangat dirugikan karena para langganannya mereka beralih dalam berbelanja. Konsumen yang beralih tempat berbelanja sudah merasa tidak nyaman dalam berbelanja di toko kelontong karena sistem pelayanannya yang kurang ramah. Tidak hanya

---

<sup>41</sup> Jastina, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapa pada Tanggal 26 Oktober 2023.

<sup>42</sup> Tina, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

sekali dua kali ketika saya berbelanja di toko kelontong para penjualnya mengakatan barang yang saya cari tidak ada tetapi konsumen setelah saya langsung diberikan seperti gas. Saya yang merasa bahwa pihak toko kelontong ini sangat pilih kasih dalam memilih konsumen”.<sup>43</sup>

Perubahan perilaku konsumen sangat dipengaruhi orang perubahan perilaku sosial yang ada di lingkungannya sehingga para konsumen tidak segan dalam beralih tempat berbelanja. Konsumen yang sudah sangat kesal akan perlakuan para pedagang tradisional yang semenah-menah ang membuatnya beralih dalam berbelanja. Karena para konsumen hanya ingin merasakan dihargai ketika berbelanja. Maka dari itu tidak sedikit para konsumen beralih berbelanja di Minimarket.

Pada dasarnya Minimarket hadir untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan setiap harinya dengan sistem pelayanan mandiri. Dengan memberika pelayanan yang lebih baik ketimbang di toko kelontong justru membuat para konsumen lebih betah dalam berbelanja. Konsumen yang merasa sangat dimanjakan dengan adanya fasilitas kenyamanan dan keramahan para pegawai Minimarket sangat berbeda dengan para pedagang di toko kelontong yang tidak jarang saat meladeni konsumen dengan wajah jutek dan nada bicara yang sedikit meninggi.

Hal serupa juga di ungkapkan oleh KRM:

“Sebenarnya dengan adanya Minimarket ini sangat membantu kami sebagai konsumen karena kami terutama saya sendiri sangat mengutamakan kenyamanan dalam berbelanja karena menurut saya jika tempat yang saya tempati berbelanja nyaman dan para penjualnya yang ramah dan sopan saya sebagai konsumen sangat dihargai dan saya tidak akan ragu untuk berbelanja disana lagi. Tetapi jika saya ingin berbelanja kebutuhan yang hanya dipakai

---

<sup>43</sup> Marwah, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

satu dua kali saya hanya menaruh anak saya ke toko kelontong karena saya rada malas dengan sistem pelayanannya yang tidak ramah”.<sup>44</sup>

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas mengatakan bahwa keberadaan Minimarket ini sangat membantu masyarakat dan secara tidak langsung memberitahu para pedagang bahwa bukan hanya kelengkapan barang saja yang dibutuhkan para konsumen tetapi kenyamanan dan keramahan. Jika kenyamanan masyarakat dalam berbelanja sudah ada maka masyarakat tidak akan ragu untuk datang berbelanja lagi dan tidak berpindah tempat kecuali apa yang mereka butuhkan tidak terdapat di tempat langganannya mereka.

Hal senada juga di ungkapkan oleh NSA, yang mengatakan bahwa:

“Para pedagang atau pemilik toko kelontong memang sudah tau kebutuhan pada konsumennya tetapi mereka tidak pernah tau bahwa konsumen juga memerlukan kenyamanan dalam berbelanja. Tidak jarang saya berbelanja di toko kelontong dan tidak jarang juga saya mendapatkan perlakuan yang tidak ramah oleh penjualnya baik itu tatapannya yang sinis maupun nada bicara yang tinggi oleh penjual”.<sup>45</sup>

Berdasarkan dari jawaban informan diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya masyarakat lebih mengutamakan kenyamanan dalam berbelanja. Maka dari itu kebanyakan konsumen beralih tempat berbelanja yang dulunya hanya mengandalkan toko kelontong untuk memenuhi kebutuhan kesehariannya kini sudah ada Minimarket yang penyediaan barangnya lengkap dan keramahan para pegawainya yang membuat para konsumen nyaman dan merasa dihargai ketika berbelanja di Minimarket. Sangat berbeda saat berbelanja di toko kelontong yang sistem pelayanannya tergantung kondisi hati para penjual yang kadang ramah, kadang jutek, dan kadang juga nada suara yang meninggi yang membuat para konsumen merasa bahwa dibentak.

---

<sup>44</sup> Karmila, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

<sup>45</sup> Nasriani, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

## **2. Bentuk Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Di Kabupaten Pinrang**

Perubahan perilaku konsumen saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat seiring dengan perkembangan yang ada. Masyarakat yang dulunya lebih dominan berbelanja di toko kelontong kini sebagian dari mereka lebih memilih berbelanja di Minimarket karena adanya alasan-alasan tertentu yang membuat mereka untuk beralih. Alasan-alasan tersebut cukup rasional jika dilihat dengan realita yang ada saat sekarang ini.

Beberapa perubahan perilaku masyarakat saat ini dapat kita lihat dari perkembangan yang ada pada lingkungan sekitarnya, seperti yang terlihat jelas saat sekarang ini adalah perubahan perilaku konsumen, bahwasanya perubahan cara berbelanja masyarakat saat ini sudah mengarah ke modern. Perubahan perilaku tersebut sudah sangat menonjol dikalangan masyarakat saat ini dan terus berkembang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bentuk perubahan perilaku konsumen masyarakat akibat adanya pembangunan Minimarket di desa kawasan Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang, yakni sebagai berikut:

### **a. Perubahan perilaku konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>46</sup> Perubahan perilaku

---

<sup>46</sup> Noneng R.Sukatmadiredja, “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya”, Jurnal Penelitian Ilmu Menejemen, vol II no.1, (2016)



konsumen tidak dapat di pungkiri bahwasanya seiring perkembangan yang ada maka perubahan perilaku para konsumen juga ikut berubah. Melihat fenomena perilaku yang terjadi dikalangan masyarakat Kecamatan Mattiro Bulu sejak adanya pembangunan Minimarket. Berdasarkan hasil wawancara dengan DHL yang mengemukakan bahwa:

“Ada perbedaan perilaku yang saya lihat dari masyarakat bahwa sebelum dan setelah hadirnya Minimarket saat ini. Di mana setelah adanya Minimarket tersebut kebanyakan masyarakat beralih berbelanja di Minimarket dengan alasan-alasan yang hampir sama dengan masyarakat lainnya seperti kenyamanan, kerapian, dan yang lebih terpenting promo bahan sembako terkadang dibawah harga di pasar dan di toko kelontong. Perubahan perilaku konsumen tersebut juga berdampak pada hubungan sosial yang ada di masyarakat yang dulunya masyarakat lebih sering berinteraksi dengan yang lain sekarang lebih ke arah tertutup”.<sup>47</sup>

Pendapat tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan NA yang mengemukakan bahwa:

“Perilaku konsumen saat ini memang sudah berbeda dengan adanya Minimarket karena sekarang masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di Minimarket Ketimbang toko kelontong. Kalau di lihat dari fasilitas dan nyaman sudah pasti masyarakat lebih memilih Minimarket ketimbang toko kelontong, apalagi Minimarket sering mengadakan promo besar-besaran yang membuat masyarakat tergiur untuk berbelanja disana. Minimarket hadir dengan menjanjikan kenyamanan saat berbelanja, keramahan, kerapian, dan terlebih lagi sering mengadakan promo-promo terutama dibahan sembako, jadi dengan adanya hal tersebut konsumen mana yang tidak tergiur untuk berbelanja di Minimarket apalagi lokasinya berada di dekat permukiman masyarakat”.<sup>48</sup>

Dari wawancara diatas dapat dicermati bahwa perubahan perilaku konsumen masyarakat sangat berkaitan dengan adanya perkembangan dan fasilitas yang di tawarkan apalagi dengan adanya potongan harga yang dibawah dari harga pasar pastinya para konsumen akan tergiur dengan hal tersebut. Masyarakat yang

---

<sup>47</sup> Dahlia, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapae pada Tanggal 26 Oktober 2023

<sup>48</sup> Nur Aena, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

notabenehya tinggal di desa yang baru merasakan cara berbelanja seperti yang ada di kota-kota besar, merasa sangat di segani karena pelayanannya yang sangat ramah. Sebagaimana hasil wawancara dengan HMW yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya dengan hadirnya Minimarket ini memang lebih memudahkan kita dalam berbelanja karena pada dasarnya kita yang dulunya jika berbelanja hanya memberi tahu penjual lagi barang apa yang ingin kita beli berbeda dengan Minimarket karena kita dapat melihat lihat barang apa yang ingin kita beli dan kita juga bisa lihat berapa harga barang tersebut, fasilitas, kebersihan, dan pelayanan yang di berikan. Kita yang tinggal di desa tidak perlu merasa tertinggal dengan yang tinggal di kota karena kita juga sudah bisa merasa cara berbelanja yang ada di kota seperti apa yang kita lihat di televisi”<sup>49</sup>.

Dari wawancara diatas dapat dicermati bahwa masyarakat pada dasarnya sadar akan perubahan perilaku yang mereka alami. Perubahan perilaku tersebut mereka lakukan karena adanya keinginan untuk mengarah ke modern dan masyarakat tidak ingin merasakan ketertinggalan meskipun tempat tinggal mereka terbilang hanya desa. Perubahan perilaku konsumen sangat berpengaruh kepada para pedagang toko kelontong yang notabenehya hanya bekerja sebagai pedagang. Dengan perubahan perilaku tersebut justru mempuat pendapatan pedagang toko kelontong menurun.

Perubahan yang dilakukan masyarakat pada dasarnya mengikuti perkembangan yang ada dan perubahan perilaku tersebut terus berubah. Pada dasarnya perubahan yang dilakukan masyarakat juga melihat dari lingkungan sekitarnya. Apalagi di era modern ini yang semakin hari semakin majunya perkembangan baik itu dari segi teknologi yang semakin canggih bahkan perilaku dan pola pikir masyarakat juga semakin berkembang.

---

<sup>49</sup> Hasmawati, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapae pada Tanggal 31 Oktober 2023

## b. Perubahan Pola Pikir Masyarakat

Pola pikir atau kerap disebut sebagai *mindset* adalah sekumpulan kepercayaan atau cara berpikir yang memengaruhi perilaku serta sikap seseorang.<sup>50</sup> Salah satu faktor yang mempengaruhi pola pikir adalah lingkungannya. Lingkungan adalah faktor utama dalam perubahan perilaku dan pola pikir seseorang.

Lingkungan masyarakat di desa yang terkenal dengan hubungan sosial yang tinggi ketimbang di kota. Dengan perubahan perilaku dan pola pikir masyarakat saat sekarang ini maka hubungan sosial dan kepedulian sosial masyarakat di desa sudah berkurang. Masyarakat yang pada umumnya melakukan interaksi dengan masyarakat dengan cara membeli di toko kelontong tetapi dengan hadirnya Minimarket maka masyarakat beralih berbelanja dan pandangan masyarakat bahwasanya dengan berbelanja di Minimarket lebih nyaman, lebih lengkap ketimbang toko kelontong dan mereka juga menganggap bahwa kelas mereka lebih diatas karena Minimarket tempat berbelanja orang kota, secara tidak langsung maka masyarakat sudah sangat jarang berinteraksi lagi dengan masyarakat sekitar. Sebagaimana yang telah terjadi di Kecamatan Mattiro Bulu dengan kehadiran Minimarket, yang mampu mengubah pola pikir konsumen masyarakat.

Sebagaimana hasil wawancara dengan KRM, mengatakan bahwa:

“Kehadiran Minimarket menurut saya cukup membantu kita sebagai konsumen karena disana sudah lengkap baik itu kesediaan bahan pokok, token listrik, obat-obatan, dan skincare juga sudah ada jadi kita dapat berbelanja kebutuhan sehari-hari dalam satu tempat. Tempatnya juga

---

<sup>50</sup> Ermina Suriyanti, “Analisis Pola Pikir (*Mindset*), Penilaian Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan Kalimantan Selatan”, Jurnal Kindai, Vol. 16, No. 1, 2017, h.2.

nyaman dan tertata rapi jadi kita yang berbelanja juga senang melihatnya dan tidak susah mencari barang apa yang ingin kita inginkan. Selain itu, kita juga terkadang mendapatkan harga promo. Meskipun saya sadar bahwa perubahan yang saya lakukan sangat berpengaruh kepada perubahan sosial terhadap masyarakat sekitar saya yang dulunya kami sering berinteraksi saat berbelanja di toko kelontong dan terlebih lagi dengan pemilik toko dan sekarang sudah jarang sekali kami melakukan interaksi tersebut”.<sup>51</sup>

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan NA, yang mengatakan bahwa:

“Kehadiran Minimarket di Kecamatan Mattiro Bulu membawa perubahan sosial pada masyarakat seperti sikap dan perilaku masyarakat sekarang ini. Meskipun demikian kehadiran Minimarket didesa ini sangat membantu saya karena saya tidak perlu jauh-jauh lagi untuk membeli kebutuhan anak karena sudah tersedia di Minimarket. Minimarket juga menyediakan produk-produk impor yang tidak tersedia di toko kelontong. Meskipun terkadang harga jual yang ditawarkan minimarket lebih mahal ketimbang di toko kelontong.”<sup>52</sup>

Pada dasarnya masyarakat sadar akan perubahan sosial mereka yang berubah baik itu dari diri mereka sendiri maupun pada lingkungan mereka. Tetapi perubahan sosial yang dilakukan oleh masyarakat tersebut sangat berpengaruh terhadap perkembangan yang mereka lihat dilingkungan mereka dan adanya perubahan pola pikir masyarakat dalam memilih tempat berbelanja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Minimarket AM mengatakan bahwa:

“Masyarakat lebih dominan berbelanja di Minimarket karena pelayanan dan fasilitas yang kita berikan sehingga masyarakat betah dan tidak bosan untuk berbelanja di Minimarket. Disini juga kami sering memberikan harga promo terutama pada bahan sembako bahkan harga promo yang kami tawarkan tidak jarang di bawah harga jual di toko kelontong”.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Karmila, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

<sup>52</sup> Nur Aena, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada Tanggal 25 Oktober 2023

<sup>53</sup> Ahmad Madani, Karyawan Alfamart, Wawancara di Alfamart pada tanggal 25 Oktober

Dengan kehadiran Minimarket merubah pola pikir konsumen masyarakat untuk memilih tempat dalam berbelanja kebutuhan setiap harinya. Konsumen pada dasarnya memerlukan perubahan baik itu dari segi tempat berbelanja maupun dari segi pelayanan karena masyarakat pada dasarnya lebih mengikuti perkembangan dan masyarakat lebih suka instan dan cepat. Hal tersebut sudah di tawarkan di Minimarket seperti produk tinggal di ambil juga sudah tahu harga dari produk tersebut tidak perlu bertanya lagi harga dan juga konsumen sudah bisa memastikan uang yang mereka bawa dengan produk yang ingin mereka ambil. Sebagaimana hasil wawancara dengan MRS pegawai Minimarket, yang mengatakan bahwa:

“Minimarket hadir untuk memudahkan konsumen dalam berbelanja selain itu juga pihak Minimarket lebih mementingkan kenyamanan para konsumennya. Oleh karena itu, hal yang membuat konsumen betah dan tidak beralih berbelanja. Selain kenyamanan yang kami tawarkan kami juga menjual produk-produk impor yang tidak dapat konsumen temukan di pasar ataupun di toko kelontong”.<sup>54</sup>

Pada dasarnya Minimarket hadir dengan mementingkan kenamanan para konsumennya dalam berbelanja berbeda dengan toko kelontong yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pihak Minimarket mendahulukan kenyamanan konsumennya karena menurutnya jika konsumen nyaman maka konsumen akan terus kembali berbelanja apalagi di Minimarket sudah terbilang cukup lengkap untuk keperluan setiap harinya. Jadi itulah yang membuat pihak Minimarket terus menerus meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam berbelanja baik itu dari segi fasilitas maupun dari keramahan para pegawainya.

Hal serupa juga diungkapkan oleh SHR, mengatakan bahwa:

“Kami selaku karyawan Minimarket terus berusaha menarik konsumen agar setiap harinya terus bertambah dan tidak hanya sekali berbelanja saja karena itu kami terus meningkatkan fasilitas dan mengedepankan

---

<sup>54</sup> Muh Ramli. S, Karyawan Alfamart, Wawancara di Alfamart pada tanggal 25 Oktober 2023

kenyamanan konsumen. Selain itu, kami juga sering mengadakan promo besar-besaran untuk bahan sembako”.<sup>55</sup>

Dengan adanya kenyamanan yang diberikan kepada konsumen yang membuat konsumen betah dan terus berbelanja di Minimarket. Selain itu pihak Minimarket juga sering memberikan harga promo terlebih pada bahan sembako. Dengan pemberian harga promo di bawah harga jual dipasaran jadi setiap konsumen pasti tertarik untuk berbelanja di Minimarket ketimbang toko kelontong.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan DW, yang mengatakan bahwa:

“Minimarket ini sebenarnya hampir sama dengan Toko Kelontong hanya saja Minimarket lebih ke arah modern dan Toko Kelontong masih terbelang tradisional. Dengan menjanjikan kenyamanan bagi para konsumen kelengkapan produk dan harga yang tidak jauh berbeda dengan harga jual Toko Kelontong dan lebih mengedepankan kenyamanan para konsumen”.<sup>56</sup>

Berdasarkan wawancara diatas dapat di cermati bahwa dengan kehadiran Minimarket memberikan perubahan pada konsumen. Dengan menjanjikan kenyamanan dan kelengkapan produk baik itu produk impor maupun produk ekspor.

### **3. Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pedagang Tradisional**

Dampak perubahan perilaku konsumen adalah pengaruh atau akibat yang ditimbulkan dari adanya perubahan perilaku dari konsumen. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya perubahan perilaku terhadap pedagang Tradisional yaitu dampak positif dan negatif dengan hadirnya Minimarket di tengah-tengah

---

<sup>55</sup> Syahrul, Karyawan Indomaret, Wawancara di Indomaret pada tanggal 25 Oktober 2023

<sup>56</sup> Dewi, Karyawan Alfamidi, Wawancara di Alfamidi pada tanggal 25 Oktober 2023

masyarakat di desa. Dengan kehadiran Minimarket diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat ke arah modern dan tidak tertinggal dengan begitu masyarakat desa tidak merasakan tertinggal dengan perkembangan yang ada seperti saat sekarang ini.

Berikut tanggapan informan NSA mengenai dampak perubahan perilaku konsumen terhadap pedagang tradisional:

“Perubahan sosial yang timbul dimasyarakat dengan adanya pembangunan Minimarket lebih mengarah kepada perubahan perilaku dalam berbelanja termasuk sudah sangat jarang sekali melakukan interaksi terhadap masyarakat sekitar termasuk saya sendiri dengan perubahan perilaku konsumen saat sekarang ini memberi dampak kepada para toko kelontong karena masyarakat sudah beralih berbelanja. Toko kelontong yang dulunya ramai konsumen kini menjadi sepi dan pendapatan masyarakat yang notabeneanya hanya pedagang tradisional (toko kelontong) kini pendapatan mereka sudah berkurang”.<sup>57</sup>

Hal tersebut juga diungkapkan oleh HMW:

“Kehadiran Minimarket memberikan perubahan perilaku masyarakat dan memberikan dampak kepada para pedagang tradisional (toko kelontong) yang berada di sekitar pembangunan Minimarket karena para konsumen yang beralih berbelanja yang mulanya berbelanja di toko kelontong kini masyarakat sekarang ini lebih memilih berbelanja di Minimarket”.<sup>58</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pembangunan Minimarket ini sangat berdampak kepada pedagang tradisional dan secara tidak langsung konsumen juga merasakan hal tersebut. Perubahan yang dilakukan konsumen memiliki alasan-alasan tertentu yang membuat mereka beralih. Begitu juga yang diungkapkan oleh JST terkait dampak perubahan perilaku konsumen terhadap pedagang tradisional:

“Saya melihat bahwa para pedagang tradisional (toko kelontong) saat ini sangat miris dan dengan adanya pembangunan Minimarket karena

---

<sup>57</sup> Nasriani, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada tanggal 25 Oktober 2023

<sup>58</sup> Hasmawati, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapa pada tanggal 31 Oktober 2023

masyarakat yang hanya mengandalkan dagangannya untuk kebutuhan sehari-hari kini pendapatan mereka setiap harinya berkurang. Konsumen yang semakin hari semakin mengikuti perkembangan yang ada. Apalagi dengan hadirnya Minimarket yang membawa perubahan dan lebih mengedepankan kenyamanan para konsumennya”.<sup>59</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan MRW:

“Dengan adanya pembangunan Minimarket ini yang sangat merasakan dampaknya adalah para pedagang tradisional (toko kelontong) karena para konsumen yang dulunya berbelanja di tempat mereka kini beralih. Perubahan yang di timbulkan konsumen tersebut sangat berdampak dan yang paling di rugikan dengan adanya pembangunan ini adalah para pedagang (toko kelontong)”.<sup>60</sup>

Secara tidak langsung para konsumen merugikan para pedagang tradisional yang hanya berpenghasilan dari hasil jualannya. Perilaku tersebut tidak hanya sekali dua kali saja tapi secara terus menerus bahkan tempat toko kelontong dilewati demi berbelanja di Minimarket, terlebih lagi ketika ada harga promo di bagian sembako.

Hal senada juga diungkapkan oleh informan NA, yang mengatakan bahwa: “Adanya Minimarket di daerah ini sangat membantu para konsumen tetapi berbeda halnya dengan para pedagang tradisional (toko kelontong), karena para pelanggan atau konsumen lebih memilih berbelanja di Minimarket. Pemilik usaha ini sangat mengetahui hal apa yang sangat diinginkan masyarakat dan perubahan seperti apa yang dibutuhkan masyarakat sekarang”.<sup>61</sup>

Dari pandangan diatas dapat dicermati bahwa perubahan perilaku konsumen sangat berdampak pada keberlangsungan para pedagang. Perubahan perilaku ini hanya memberikan dampak negatif kepada para pedagang dan bahkan tidak sedikit para pedagang yang berada satu jangkauan dari Minimarket tersebut.

Sebagaimana apa yang dirasakan oleh informan DHL:

---

<sup>59</sup> Jastina, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapae pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>60</sup> Marwah, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada tanggal 25 Oktober 2023

<sup>61</sup> Nur Aena, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Kariango pada tanggal 25 Oktober 2023



“Saya melihat keberadaan toko kelontong ini sudah sangat sepi dan sudah sangat jarang konsumen datang berbelanja disana. Karena jarang nya konsumen yang berbelanja di toko kelontong maka kita juga masyarakat sudah sangat kurang berinteraksi dengan yang lainnya”.<sup>62</sup>

Dari jawaban informan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya pembangunan Minimarket ini justru membawa dampak kepada pedagang tradisional (toko kelontong) yang berada di sekitar pembangunan Minimarket tersebut bahkan masyarakat yang notabene nya tinggal di desa sangat merasakan perubahan perilaku konsumen masyarakat bahkan juga melihat dampak perubahan tersebut terhadap pedagang tradisional. Masyarakat yang dulunya sering melakukan interaksi sosial dengan masyarakat lain kini mulai adanya rasa canggung.

Sejak adanya perubahan perilaku tersebut suasana atau kondisi yang ada di desa kini sudah berasa suasana di kota masyarakat sudah sangat sibuk dengan urusan masing-masing dan jarang nya interaksi. Masyarakat sadar akan perubahan tersebut tetapi mereka enggan melakukan perubahan untuk kembali ke masa sebelum adanya pembangunan Minimarket tersebut karena masyarakat lebih memilih mengikuti perkembangan yang ada seperti saat sekarang ini. Meskipun pada dasarnya masyarakat lebih memilih berbelanja di Minimarket karena adanya penawaran-penawaran yang di berikan tetapi harga barang yang ada disana juga terbilang diatas daripada harga jual di toko kelontong dan di Minimarket juga tidak menjual barang ecer seperti royco kaldo sasetan jadi para konsumen bisa saja kembali berbelanja di toko kelontong jika ingin membeli barang atau produk sasetan. Jadi kebanyakan masyarakat hanya membeli produk sasetan di toko

---

<sup>62</sup> Dahlia, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Bulu Siapae pada tanggal 26 Oktober 2023

kelontong ketimbang produk-produk sembako lainnya seperti gula, minyak yang terkadang diberikan harga promo di Minimarket.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Perilaku Konsumen setelah Adanya Pembangunan Minimarket**

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.<sup>63</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen tidak bisa terlepas dari kehidupan masyarakat dan perilaku ini tidak dapat berubah dan terus berkembang dari setiap jaman.

Perilaku konsumen juga didasarkan pada pertumbuhan Minimarket di Kabupaten Pinrang terbilang cukup pesat, dan dimungkinkan semakin lama akan semakin memberikan dampak buruk bagi pedagang grosiran pada umumnya. Hal ini berkaitan dengan preferensi masyarakat yang memiliki kemungkinan untuk cenderung beralih berbelanja di Minimarket. Jarak antara toko usaha kecil dan lokasi Minimarket yang berada dalam satu jangkauan pelayanan juga sangat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja.

Kehadiran Minimarket secara tidak langsung menuntut pedagang eceran untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di pedagang eceran dari pada berbelanja di Minimarket. Aspek preferensi konsumen, biasanya mencakup tiga aspek, aspek yang pertama,

---

<sup>63</sup> Nugroho J. Setiadi; SE, M. M. "*Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*". Kencana, 2015. Hal 24

yaitu human resource, terkait dengan pelayanan yang diberikan, aspek yang kedua yaitu merchandise, mencakup jumlah produk yang tersedia, keanekaragaman produk, dan keanekaragaman merek yang dijual dan aspek yang ketiga yaitu harga, terutama dalam kaitannya dengan harga yang murah.

Perubahan sosial menurut Karl Max dalam konsep *economic structure* berpendapat bahwa perubahan yang akan memimpin perubahan adalah termasuk proses perubahan sosial dan lingkungan ekonomi menjadi dasar segala perilaku masyarakat. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan yang ada di masyarakat dipengaruhi oleh lingkungan ekonomi.

Perilaku konsumen yang berada di desa sangat bergantung terhadap toko kelontong yang berada di sekitar perumahan masyarakat karena pada dasarnya sewaktu-waktu akan membutuhkan bahan dapur yang di sediakan di toko kelontong karena pasar yang berada di jangkauan konsumen yang berada di desa tersebut tidak terbuka setiap harinya.

Masyarakat yang notabeneanya tinggal di desa hanya mengandalkan pasar dan toko kelontong untuk memenuhi kebutuhan setiap harinya. Tetapi, dengan adanya pembangunan Minimarket ditengah-tengah permukiman masyarakat yang membuat masyarakat beralih dalam berbelanja kebutuhan setiap harinya. Apalagi di Minimarket sering mengadakan harga promo yang dibawah harga jual dipasaran yang membuat para konsumen tergiur untuk berbelanja di Minimarket. Karena pada dasarnya pihak Minimarket tahu apa yang sebenarnya dibutuhkan masyarakat sekarang.

Konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu indikator untuk memprediksi penjualan, apakah mereka betul-betul ingin membeli produk yang ada di

Minimarket atau hanya sekedar menanyakan harga produk.<sup>64</sup> Dengan demikian, secara tidak langsung konsumen telah mengamati barang dan sudah mempunyai kemauan membeli produk tertentu, misalnya ingin membeli beras dan uang yang mereka bawa tidak cukup sementara harga beras tersebut diperhadapkan dengan harga yang mahal menurut konsumen tersebut.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di ketahui bahwa dengan adanya Minimarket ini yang berada ditempat strategis yang berada dikawasan permukiman masyarakat. Dengan adanya Minimarket ini masyarakat dapat dengan mudah mencari produk atau kebutuhan bahan pokok sehari-hari dalam satu tempat. Tidak hanya itu, Minimarket juga terbuka selama 24 jam jadi para konsumen tidak perlu khawatir jika jika tengah malam membutuhkan sesuatu yang mendesak. Berbeda dengan toko kelontong yang sering tertutup jika sudah jam 10 malam.

Selain dari hasil pembahasan diatas dapat kita lihat bahwa Minimarket tidak hanya menjual barang atau produk sembako saja tetapi, konsumen atau masyarakat juga terdapat menemukan obat-obatan, token listrik, dan lain sebagainya. Minimarket ini sangat berpengaruh dikehidupan masyarakat karena Minimarket menyediakan bahan pokok yang dapat membantu kebutuhan konsumen setiap harinya. Selain itu, konsumen juga tidak memerlukan waktu banyak untuk berbelanja di Minimarket karena jarak dari perumahan masyarakat dengan Minimarket sangat mudah dijangkau.

---

<sup>64</sup> Dewi Indriani Jusuf, S.E., M.Si. "*perilaku konsumen di masa bisnisonline*", penerbit andi, 2021

Dari hasil pengamatan diatas dapat kita cermati bahwa perilaku konsumen setelah adanya Minimarket sangat merugikan pedagang tradisional karena para konsumennya beralih tempat dalam berbelanja. Bahkan tidak jarang konsumen yang melewati tokonya demi berbelanja di Minimarket. Perlakuan konsumen tersebut justru membuat pemilik toko kelontong menjadi sakit hati, yang dulunya mereka akrab dan saling menyapa kini sudah sangat jarang dalam bertegur sapa. Karena konsumen tersebut ang sudah tampak jarang terlihat sehingga mereka hampir setiap hari tidak bertemu.

Dengan kehadiran Minimarket juga dapat membawa masyarakat sekitar ke arah yang lebih modern dengan sistem pelayanan mandiri, masyarakat yang dulu berbelanja dengan cara menanyakan barang ke penjual kini mereka bisa mengambil sendiri barang yang mereka inginkan dan juga sudah bapat mengetahui harga dari barang tersebut tanpa perlu menanyakan harga barang itu lagi. Dengan sistem pelayanan seperti ini yang diinginkan konsumen di era modern ini bukan lagi dengan sistem pelayanan yang seperti yang ada di toko kelontong. Keberadaan Minimarket ini seharusnya jadi acuan kepada pemilik toko kelontong bahwa masyarakat memerlukan perubahan bukan hanya dari segi teknologi saja tetapi juga dengan cara sistem berbelanja.

Selain lokasinya yang berada di kawasan masyarakat Minimarket juga menyediakan barang eceran seperti minuman, rokok dan lain sebagainya sehingga para konsumen bisa berhemat dan tidak perlu membeli jumlah barang yang banyak. Tidak hanya itu konsumen juga dapat mendapatkan barang atau bahan kebutuhan dapur dengan sangat mudah.

Jadi dapat disimpulkan dari pembahasan di atas bahwa perilaku masyarakat yang berada di desa yang dulunya hanya mengandalkan toko kelontong dalam memenuhi kebutuhan setiap harinya, kini perilaku konsumen tersebut berubah dan beralih ke Minimarket. Perubahan yang dilakukan konsumen tersebut justru membuat penghasilan pedagang tradisional menurun secara terus menerus. Keberadaan Minimarket yang merubah cara pikir masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja. Perilaku konsumen seperti saat sekarang ini membawa perubahan yang sangat pesat terutama hubungan mereka dengan para pedagang toko kelontong yang berada disekita perumahan masyarakat terutama kepada langganan mereka yang dulunya hampir setiap hari berbelanja disana kini sudah sangat jarang terlihat di toko tersebut.

## **2. Bentuk Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Di Kabupaten Pinrang**

Setiap masyarakat pasti akan mengalami perubahan perilaku dalam hidupnya, baik itu masyarakat tradisional maupun masyarakat modern, karena pada hakikatnya masyarakat itu dinamis. Perubahan perilaku ini dapat terjadi dalam berbagai kehidupan, baik itu dibidang sosial maupun dibidang ekonomi. Perubahan perilaku yang terjadi memberikan efek bagi masyarakat secara keseluruhan terutama pada masyarakat di desa, dimana perubahan disatu bidang akan diikuti oleh perubahan dibidang lainnya. Efek yang ditimbulkan dari perubahan perilaku masyarakat bisa berbentuk positif dan juga negatif.

Perubahan sosial merupakan suatu bentuk peralihan mengubah gaya hidup masyarakat serta dapat terus terjadi dan berubah akibat dinamika kehidupan sosial. Bentuk perubahan perilaku yang terjadi di lingkungan masyarakat akibat dari

hadirnya pembangunan Minimarket yaitu perubahan sosial yang memberi pengaruh besar dikalangan masyarakat yaitu memberi perubahan diberbagai aspek kehidupan serta menimbulkan dinamika pada lembaga kemasyarakatan. Hal ini ditimbulkan oleh adanya pembangunan Minimarket di masyarakat.

Pembangunan adalah transformasi sosial ekonomi secara sengaja dan terencana dijalankan untuk mengubah status kemajuan pada entitas sosial.<sup>65</sup> Dalam artian pembangunan adalah sebuah perubahan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memajukan peradaban. Pembangunan yang sangat erat kaitannya dengan perubahan sosial. Perubahan sosial adalah suatu proses pergeseran struktur atau tatanan didalam masyarakat, yang meliputi pola pikir yang lebih inovatif, sikap, serta kehidupan sosialnya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik.<sup>66</sup>

Penyebab perubahan dapat berasal dari dalam maupun dari luar sistem sosial. Fenomena perubahan yang terjadi juga ditentukan oleh faktor endogen dan eksogen. Faktor endogen yaitu faktor dalam diri pedagang, meliputi; usia, motivasi dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksogen yaitu faktor luar; meliputi faktor politik diantaranya adalah kebijakan pemerintah dalam pembangunan jalan, jembatan dan pembangunan pasar tradisional, dan minimarket. Faktor ekonomi juga mempengaruhi karena berkurangnya hasil perdagangan untuk mencukupi

---

<sup>65</sup> Supriyanto, "*Bahan Ajar: Pembangunan Dan Perubahan Sosial*", 2015

<sup>66</sup> Lorentius goa "*perubahan sosial dalam kehidupan bermasyarakat*", SAPA-Jurnal Kateketik dan Pastorel, 2017,2.2

kebutuhan ekonomi keluarga menyebabkan banyak pedagang yang beralih profesi.<sup>67</sup>

Hadirnya Minimarket di desa sangat memudahkan para konsumen karena barang atau produk yang di sediakan di Minimarket sudah terbilang lengkap seperti token listrik, kosmetik, obat-obatan, bahan sembako, cemilan dan lain-lainnya. Semua kebutuhan masyarakat sudah tersedia di Minimarket dengan demikian para konsumen sudah sangat mudah mencari atau membeli kebutuhan yang mereka inginkan dalam satu tempat berbelanja tidak perlu berpindah-pindah tempat lagi untuk mencari kebutuhan yang lainnya di tempat lain karena masyarakat sekarang hanya menginginkan sesuatu yang instan dan cepat dalam melakukan sesuatu. Dalam hal ini masyarakat memilih pandangan berbeda terhadap berbelanja kebutuhan sehari-hari.<sup>68</sup>

Salah satu alternatif yang bisa diaktualisasikan untuk mempertahankan kearifan lokal toko kelontong adalah dengan berkonsep pada teori Talcott Parsons, bahwa toko kelontong sebagai suatu sistem ibarat makhluk hidup, agar dapat terus berlangsung hidup, para pedagang harus dapat beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungannya, harus mampu bertahan ketika situasi eksternal sedang tidak mendukung; seperti cuaca, pasang surutnya air, geografis pemukiman

---

<sup>67</sup> Halimatus Sakdiah , “*Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)*”. 2016.

<sup>68</sup> Bella Ika Yunita, “*Pola Perilaku Berbelanja Masyarakat Desa Di Tengah-Tengah Pasar Modern : Studi Kasus Masyarakat Desa Gurah Kabupaten Kediri*” (Skripsi Thensis, Universitas Airlangga, 2018)



penduduk, gerak pembangunan, berkurangnya transportasi laut, dan bermunculannya pasar lokal dan modern.<sup>69</sup>

Jika ditilik dari hasil penelitian, ditemukan bahwa dengan kehadiran Minimarket di desa memberikan banyak perubahan di bidang sosial. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa ada beberapa bentuk perubahan sosial yang dialami oleh masyarakat desa dengan hadirnya Minimarket sebagai berikut:

a. Perubahan perilaku sosial

Perubahan perilaku sosial adalah reaksi yang dilakukan individu akibat pengaruh dari luar. Perilaku sosial adalah sifat relatif untuk menanggapi orang lain dengan cara yang berbeda-beda. Perilaku sosial terbentuk dari adanya interaksi manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk individu, salah satu faktor yang mengambil peranan penting dalam perubahan perilaku sosial adalah lingkungan itu sendiri.

Hadirnya pembangunan Minimarket memberi pengaruh signifikan bagi masyarakat. Pembangunan erat kaitannya dengan perubahan sosial. Perubahan sosial adalah bentuk peralihan yang mengubah kehidupan masyarakat yang berlangsung terus menerus. Perubahan bisa terjadi pada norma-norma, nilai-nilai, produk budaya dan simbol dalam suatu masyarakat, Lembaga, pola interaksi,

---

<sup>69</sup> Halimatus Sakdiah , “*Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)*”. 2016.

kerja, aktivitas rekreasi, peran, norma dan aspek-aspek lain dari masyarakat dapat berubah dari waktu ke waktu sebagai hasil dari proses perubahan sosial.<sup>70</sup>

Perubahan merupakan ciri dari setiap masyarakat baik masyarakat perkotaan maupun masyarakat pedesaan. Cepat atau lambat, disengaja atau tidak, masyarakat tidak akan terhindar dari proses perubahan. Arah perubahan bersifat multi dimensional, dan sumber penyebabnya yaitu datang dari luar masyarakat maupun dalam diri masyarakat itu sendiri. Perubahan sosial kultural masyarakat disebabkan berbagai faktor seperti perkembangan pengetahuan dan teknologi, perkembangan transportasi dan komunikasi, serta perpindahan penduduk dari desa ke kota.<sup>71</sup>

Toko kelontong sebagai sebuah sistem harus memiliki suatu arah yang jelas dan dapat berusaha mencapai tujuan utamanya yakni sebagai wadah mencari nafkah keluarga, Dalam syarat ini, sistem yang terlibat dalam aktivitas toko kelontong harus dapat mengatur, menentukan dan memiliki sumber daya untuk menetapkan dan mencapai tujuan yang bersifat kolektif.<sup>72</sup> Dengan melihat perubahan yang ada para pedagang toko kelontong seharusnya lebih mengembangkan toko mereka agar lebih berkembang.

---

<sup>70</sup> Roshan J Joseph. 2012. "Parsons Pattern Variable and Social Change Analysis. *Search and Research*". 3 (3): 18-21

<sup>71</sup> Rauf Hatu, 2011. "Perubahan Sosial Kultural Masyarakat pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik)". *Jurnal Inovasi*, 8 (4): 1 – 11

<sup>72</sup> Halimatus Sakdiah , "Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)". 2016.

Dampak negatif dari perubahan sosial adalah, konflik sosial, dan berbagai masalah sosial yang ada dimasyarakat. Marx dalam Salim berpendapat bahwa siapa yang menguasai ekonomi, akan juga menguasai aspek lainnya. Hal ini berarti ekonomi menjadi dasar dari perubahan sosial. Pendapat yang sama ditulis oleh Damsar ketika ekonomi dalam hal ini adalah materi masyarakat berkembang dengan baik, maka akan mempengaruhi perilaku sosial budaya masyarakat.<sup>73</sup> Dari pandangan tersebut dapat dilihat bahwa bentuk perubahan sosial yang terjadi akibat adanya pembangunan Minimarket yaitu perubahan perilaku konsumen.

Hadirnya Minimarket di desa menambah lokasi tempat berbelanja bagi para konsumen, sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja kebutuhan setiap harinya. Konsumen dapat berbelanja kebutuhan setiap harinya disatu tempat tanpa takut barangnya yang dicari kosong.

b. Perubahan Pola Pikir Masyarakat

Pembangunan Minimarket erat kaitannya dengan pilihan rasional, karena konsumen dapat memilih secara rasional tempat berbelanja. Seluruh perubahan perilaku sosial disebabkan oleh perilaku individu yang masing-masing membuat keputusannya sendiri. Pola pikir adalah seseorang menilai dan memberikan kesimpulan terhadap sesuatu hal berdasarkan sudut pandang tertentu.<sup>74</sup> Pola pikir adalah bagaimana cara seseorang berpikir sebelum melakukan tindakan.

Hadirnya pembangunan Minimarket memberikan perilaku pola pikir kalangan masyarakat desa, sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan fakta bahwa sebelum berdirinya pembangunan Minimarket masyarakat

---

<sup>73</sup> Prof, Dr. Damsar, Pengantar Teori Sosiologi, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015).

<sup>74</sup> Nurul Hanizah, “Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi: Tantangan dan Peluang”, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta), 2019, h. 28

lebih memilih untuk berbelanja di pasar dan toko kelontog untuk memenuhi kebutuhan sembako. Tetapi, setelah adanya Minimarket banyak konsumen yang beralih berbelanja dan sudah sangat jarang konsumen yang berada di toko kelontog.

Perubahan yang terjadi di masyarakat pedesaan ini dikarenakan adanya kemajuan teknologi, informasi maupun pemikiran masyarakat yang juga berkembang mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Seirama dengan perkembangan yang ada, masyarakat juga berusaha mengikuti perkembangan masa yang semakin modern.<sup>75</sup> Oleh karena itu, masyarakat saat sekarang ini hampir mayoritas lebih tertarik berbelanja di Minimarket ketimbang toko kelontog.

Pola pikir masyarakat juga yang berkembang serta berubah ubah tidak luput dari perannya pengaruh kemajuan teknologi. Kebutuhan konsumen yang beraneka ragam serta bermunculnya berbagai macam produk yang di tawarkan membuat konsumen memilih lebih ekstra memilih mana produk yang dapat memenuhi kepuasannya.<sup>76</sup> Apalagi jika dihadapkan dengan merek produk yang viral saat itu yang membuat konsumen tergir untuk membelinya.

Berubah pola pikir konsumen terhadap suatu merek akibat berbagai macam tuntutan yang diinginkan konsumen sebagai dampak dari pengembangan sebuah merek, konsumen tidaklah begitu mempermasalahkan akan kualitas produk sebuah merek namun lebih mempermasalahkan kualitas dari merek itu sendiri. Jika merek

---

<sup>75</sup> Siti Rahma, Hidayah,. "Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan Menuju Masyarakat Sub-Urban". *Paradigma*, 2017, 2: 344-348.

<sup>76</sup> Mega Silvia, Ransulangi; Mandey, Silvy; Tumbuan, Willem A. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado". *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2015, 3.3.

tersebut merupakan sebuah merek yang banyak digunakan orang, secara tidak langsung merek tersebut berkualitas sehingga konsumen tidak akan ragu lagi untuk membeli walau seperti apapun kualitas produk yang diberikan.<sup>77</sup>

Perubahan terhadap perilaku masyarakat yang terlihat pada perubahan pola pikir, pandangan, serta sikap dalam kehidupan sehari-hari termasuk diantaranya peran masyarakat sebagai konsumen.<sup>78</sup> Perubahan pola pikir konsumen yang lebih mengarah ke modern ini semakin terlihat. Perilaku tersebut tidak dapat dipungkiri adanya karena perkembangan saat sekarang ini semakin lama semakin mengarah ke modern seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di desa terkait bentuk-bentuk perubahan yang dirasakan masyarakat sebelum dan setelah adanya pembangunan Minimarket di wilayah tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan kehadiran pembangunan Minimarket memberikan bentuk perubahan perilaku konsumen dan perubahan pola pikir masyarakat.

### **3. Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pedagang Tradisional**

Dampak kerap kali diartikan sebagai pengaruh atau akibat yang ditimbulkan oleh sesuatu hal, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak diartikan sebagai pengaruh kuat yang mendatangkan suatu akibat tertentu baik itu bersifat positif maupun negatif, benturan yang cukup hebat antara dua benda

---

<sup>77</sup> Mantansari, Alens Diana; Intan, R.; Ika, A. S. *“Perilaku Brand Switching (Perubahan Merek) Pada Telepon Seluler Yang Dipengaruhi Oleh Reference Group (Kelompok Acuan)(Studi Pada Mahasiswa Psikologi”* Universitas Brawijaya Malang. *Universitas Brawijaya Malang*, 2013.

<sup>78</sup> Annisa, Nur; Erawati, Desi. *“Perubahan Perilaku Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Fungsionalisme Struktural”*. In: *Proceedings Of Palangka Raya International And National Conference On Islamic Studies (Pincis)*. 2021.

sehingga menyebabkan sebuah perubahan yang begitu berarti dalam momentum sistem yang mengalami benturan tersebut. Dampak juga sering didefinisikan sebagai suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktifitas.<sup>79</sup>

Perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi dari bentuk-bentuk masyarakat. Adanya interaksi sosial akan menimbulkan proses sosial di dalam masyarakat.<sup>80</sup> Perubahan perilaku masyarakat yang dari tradisional ke modern cukup berdampak kepada para pedagang toko kelontong. kesimpulan dari dampak itu sendiri adalah semua yang terjadi akibat adanya pembangunan yang ada di masyarakat serta menghasilkan perubahan yang berpengaruh positif dan negatif terhadap berlangsungnya hidup. Pengaruh positif adalah menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik, sedangkan pengaruh negatif menunjukkan perubahan kearah yang kurang baik dengan adanya pembangunan tersebut.

Dampak pembangunan Minimarket di desa memberikan dua pengaruh terhadap masyarakat, sebagaimana hasil penelitian ditemukan beberapa dampak dari pembangunan tersebut, yaitu sebagai berikut:

a. Dampak Positif

Dampak positif merupakan pengaruh atau akibat dari sesuatu hal yang mengarah kepada kebaikan. Dengan hadirnya Minimarket di desa ditemukan beberapa dampak yaitu:

---

<sup>79</sup> Irwan, “*Dinamika dan Perubahan Sosial Pada Komunitas Lokal*”, (Yogyakarta; Deepublish, 2018), h. 27

<sup>80</sup> Halimatus Sakdiah , “*Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)*”. 2016.

### 1. Adanya peningkatan kenyamanan bagi masyarakat

Perubahan perilaku konsumen yang mengikuti perkembangan yang ada terutama cara berbelanja yang sangat berpengaruh terhadap perubahan yang ada ditengah masyarakat. Sudah sangat jelas bahwa konsumen atau masyarakat memerlukan perubahan terutama yang berada dilingkungan sekitar.

Kehadiran Minimarket yang membawa perubahan yang kearah modern. Dengan menyediakan berbagai produk-produk lokal maupun impor dan lebih meningkatkan kenamanan dan sistem pelayanan yang lebih dipertahankan agar konsumen atau masyarakat lebih nyaman berbelanja di Minimarket karena pada dasarnya Minimarket hadir untuk meningkatkan kenyamanan bagi para konsumen.

Keberadaan Minimarket ditengah-tengah toko kelontong secara tidak langsung memberi tahu pihak toko kelontong bahwa perubahan apa saja yang dibutuhkan konsumen sekarang jadi seharusnya pihak toko kelontong belajar dari pihak Minimarket dan mencoba memperbaharui sistem pelayanannya sehigga konsumen berpikir kembali untuk memilih tempat berbelanja. Bukan hanya dari sistem pelayanan saja tetapi juga sistem penataan barang atau produk yang dijual. Karena pada dasarnya para pemilik toko kelontong sudah mengetahui perubahan yang diinginkan para konsumen. Dengan adanya pembaharuan tersebut secara tidak langsung akan menarik daya tarik para konsumen untuk berbelanja kembali di tempat mereka.

Pihak toko kelontong yang tau bahwa berperilaku ramah terhadap terhadap konsumen justru membuat konsumen betah dalam berbelanja di toko mereka jadi seharusnya yang perlu juga ditingkatkan para pemilik toko kelontong yaitu sistem keramahan terhadap konsumen meskipun sudah kenal sejak dulu tetapi apa salahnya berperilaku ramah, selain itu juga para konsumen betah berbelanja. Dengan mencoba memperbaharui sistem pelayanan dalam menjual memungkinkan masyarakat dalam berbelanja apalagi harga jual barang atau produk mereka dibawah dari pada harga jual di Minimarket yang berada disekitar perumahan masyarakat.

Hal terpenting yang harus dipahami para pedagang tradisional disini yaitu harus mementingkan kenyamanan para konsumennya terutama kepada pelanggannya sehingga para pelanggannya tidak beralih dalam berbelanja dan tidak ada jarak dalam hubungan mereka dengan masyarakat sekitar dengan alasan sakit hari dan ketidak nyamanan konsumen dalam berbelanja yang membuat konsumen beralih dalam berbelanja. Selain itu, pemilik toko kelontong juga sebaiknya tidak memilih-milih konsumen saat sedang berbelanja sehingga semua konsumennya betah berbelanja ditempatnya. Keberadaan Minimarket ini seharusnya menjadi acuan kepada pemilik toko tradisional untuk lebih mengembangkan tokonya agar lebih besar lagi.

Kesadaran pihak toko kelontong untuk meningkatkan sistem pelayanan tokonya secara tidak langsung membuat toko mereka semakin berkembang karena pada dasarnya konsumen tidak akan beralih berbelanja dari tokonya jika pihak pemilik toko kelontong memberikan pelayanan terbaik mereka. Kebiasaan para pemilik toko kelontong yang dulunya



adanya memilih-milih konsumen dan bahkan ada yang melayani konsumen sesuai isi hati mereka, kini dengan adanya Minimarket dan berkurangnya konsumen yang datang di toko mereka menjadi pelajaran bahwa konsumen saat berbelanja juga memerlukan kenyamanan bukan hanya barang atau produk saja. Dengan adanya kesadaran saling menghargai antara konsumen dan pemilik toko kelontong membuat hubungan mereka akan berjalan dengan baik secara terus menerus.

## 2. Peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Peningkatan pertumbuhan ekonomi di masyarakat juga dapat meningkatkan kesejahteraan yang ada di desa. Kehadiran Minimarket pada memberikan dampak negatif terhadap pedagang toko kelontong tetapi secara tidak langsung kehadiran Minimarket memperlihatkan hal apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen atau masyarakat agar masyarakat yang notabenehnya tinggal di desa tidak merasa tertinggal dengan perubahan dan perkembangan yang disaat sekarang ini.

Kehadiran Minimarket yang memperlihatkan kepada para pedagang tradisional juga harus melakukan perubahan terhadap sistem pelayanan dan sistem jual beli agar para konsumen dapat lebih jeli dalam menentukan pilihan dalam berbelanja kebutuhan setiap harinya. Usaha para pedagang tradisional terus ditingkatkan lagi agar konsumen kembali tertarik berbelanja di toko kelontong.

Jika para pemilik toko juga ikut meningkatkan toko mereka agar lebih berkembang dan lebih besar dari sebelumnya dan sistem pelayanan mereka tingkatkan maka konsumen akan kembali lagi berbelanja ditoko mereka

yang dulunya beralih ke Minimarket. Selain itu, hubungan sosial antar konsumen dan pemilik toko akan kembali normal, karena yang diinginkan konsumen juga ingin dihargai dan diperlakukan dengan ramah dan lemah lembut oleh pemilik toko, yang dulunya hanya berperilaku sesuka hati kini sudah tidak lagi.

Keberadaan toko kelontong di tengah-tengah permukiman masyarakat memang sangat membantu masyarakat pada umumnya. Selain itu, juga menambah pertumbuhan ekonomi pemilik toko yang notabene hanya berpenghasilan dari penjualan setiap harinya. Tetapi dengan perlakuan pemilik toko yang hanya semenah-menah terhadap konsumen yang membuat konsumen merasa tidak dihargai dan beralih tempat dalam berbelanja, apalagi sekarang dengan adanya Minimarket yang berada di tengah-tengah masyarakat yang membuat konsumen sudah mulai beralih dalam berbelanja kebutuhan setiap harinya. Minimarket juga sering mengadakan promo yang harganya dibawah dari harga jual di toko kelontong.

Para pemilik toko kelontong yang sudah berusaha memenuhi isi tokonya dengan produk-produk yang kebutuhan konsumen setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Tetapi, dengan ketidakramahan yang mereka berikan kepada konsumen yang membuat konsumen beralih dalam berbelanja. Dari situ seharusnya para pemilik toko introfeksi bahwa konsumen juga seakrab apapun kita dengan konsumen mereka pun juga ingin dihargai dan mendapatkan pelayanan yang terbaik saat ingin berbelanja.

Pada dasarnya masyarakat juga sangat berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang ada terutama di desa yang semakin lama semakin mengikuti perkembangan yang ada. Dengan semakin meningkatnya pertumbuhan yang ada maka semakin meningkat juga keinginan konsumen. Karena pada dasarnya bukan hanya kebutuhan saja tetapi masyarakat atau konsumen juga selalu tertarik terhadap apa yang sedang trend atau yang sedang viral.

b. Dampak Negatif

Selain memberikan dampak positif, kehadiran pembangunan Minimarket juga memberikan dampak negatif terhadap para pedagang toko kelontong terhadap perubahan perilaku para konsumen. Tidak jarang para pedagang toko kelontong yang mengeluh dengan kehadiran pembangunan Minimarket yang berada di sekitar toko mereka. Kehadiran Minimarket pada dasarnya membawa pengaruh terhadap toko kelontong karena tidak jarang konsumen lebih memilih berbelanja di Minimarket.

Dampak positif keberadaan pasar modern diantaranya meningkatkan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi angka pengangguran yang ada di Kabupaten Pinrang, memudahkan konsumen untuk berbelanja dengan aman dan nyaman, meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi. Dengan begitu pendapatan masyarakat desa tidak menurun tetapi bertambah dengan keberadaan Minimarket di desa tersebut.

Namun selain dampak positif, terdapat juga dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya pasar modern terhadap para pedagang pasar tradisional yang menjual barang yang sama dengan pasar modern dan jaraknya

yang berdekatan akan membuat sebagian konsumen berpindah berbelanja ke pasar modern. Dengan terjadinya hal itu akan membuat para pedagang pasar tradisional yang sudah berdiri sebelum adanya pasar modern akan mengalami penurunan pendapatan.

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah pasar modern maka persaingan di bidang perdagangan semakin kuat. Bagi para pedagang yang tidak siap menghadapi gencaran masuknya pedagang baru yang lebih menarik dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang menarik dan disertai dengan teknologi yang modern dibarengi dengan manajemen yang lebih baik maka persaingan akan semakin ketat. Pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya rata-rata pendapatan yang dapat dibelanjakan, akan bertambah besar pula permintaan akan pasar yang lebih khusus dan spesifik. Sehingga dapat dikatakan bahwa pasar yang berhasil adalah yang paling dapat menyesuaikan barang dan jasanya dengan permintaan pasar.

Dalam sistem ekonomi pasar, aktivitas produsen dan konsumen tidak direncanakan oleh sebuah lembaga sentral, melainkan secara individual oleh para pelaku ekonomi. Sistem persaingan yang terbentuk dapat membuat produksi serta konsumen dan lokasi sumber daya manusia dan modal menjadi efisien. Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan modal utama untuk bertahan. Bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat melakukan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang

dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk marketing mix.

Perilaku konsumen dengan sejumlah permintaan dapat diasumsikan bahwa seorang konsumen akan mengalokasikan pendapatannya berupa uang yang terbatas terhadap barang dan jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dalam pengalokasian pendapatannya tersebut seorang konsumen akan memaksimalkan agar mendapatkan kepuasannya. Sehingga dapat dikatakan seorang konsumen akan mengatur pembeliannya sesuai dengan pendapatannya tersebut seorang konsumen akan memaksimalkan agar mendapatkan kepuasannya. Sehingga dapat dikatakan seorang konsumen akan mengatur pembeliannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya dengan memilih berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern.

Jika seorang konsumen ingin mendapatkan harga yang lebih murah mereka rela berdesak-desakan di dalam pasar tradisional dengan suasana yang kotor, dan bau. Lain halnya dengan seorang konsumen yang berpendapatan tinggi menengah ke atas pasti lebih senang berbelanja ke minimarket dengan pertimbangan tempat yang nyaman, bersih serta pelayanan baik. Kepuasan mereka ketika berbelanja terasa nyaman harga tidak menjadi permasalahan yang utama. Setelah preferensi konsumen sudah ditetapkan maka akan muncul utilitas (utility). Utilitas (utility) adalah manfaat yang diperoleh karena mengonsumsi barang dan utilitas

merupakan ukuran manfaat suatu barang dibandingkan dengan alternatif penggunaannya.<sup>81</sup>

Dari dampak positif dan negatif diatas dapat disimpulkan bahwa kehadiran Minimarket ditengah-tengah masyarakat membuat para pedagang toko kelontong kehilangan para konsumen yang dulunya berbelanja di toko mereka dan beralih tempat berbelanja. Dapat dilihat juga bahwa Minimarket secara tidak langsung memperlihatkan bahwa konsumen memerlukan perubahan kearah modern. Karena pada dasarnya masyarakat ingin melakukan perubahan dari apa yang mereka lihat dengan perkembangan yang ada. Perubahan yang diinginkan konsumen ini sudah sangat jelas terlihat dengan cara mereka memilih tempat dalam berbelanja dan perubahan pola pikir masyarakat yang semakin maju.

Dengan perubahan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen juga sangat berpengaruh terhadap perilaku sosial yang ada pada masyarakat yang notabeneanya tinggal di desa yang lebih dikenal dengan interaksi sosial antar sesama masyarakat yang sangat kuat. Kini hubungan masyarakat yang dulunya erak kini mulai renggang karena adanya rasa sakit hati yang dirasakan pemilik toko kelontong terhadap konsumen yang melewati tokonya saat ingin berbelanja dan di Minimarket.

---

<sup>81</sup> Tedi Septa Kurnia, “ *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Pasar Tradisional: Studi Kasus di Pasar Tanjung Sari Kabupaten Sumedang*”. (Bandung: Skripsi Sarjana program studi ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Masyarakat yang notabeneanya tinggal di desa hanya mengandalkan pasar dan toko kelontong untuk memenuhi kebutuhan setiap harinya. Tetapi, jika dibandingkan antara pasar dan toko kelontong konsumen lebih memilih berbelanja bahan pokok di toko kelontong ketimbang dipasar.

Perubahan sosial adalah suatu proses pergeseran struktur atau tatanan didalam masyarakat, yang meliputi pola pikir yang lebih inovatif, sikap, serta kehidupan sosialnya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Perubahan sosial terdiri dari beberapa bentuk perubahan sosial yang dialami oleh masyarakat desa dengan hadirnya Minimarket yaitu perubahan perilaku konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bentuk perubahan sosial yang ditimbulkan dari hadirna Minimarket yakni perubahan perilaku sosial, dan perubahan pola pikir masyarakat.

Dampak adalah semua yang terjadi akibat adanya pembangunan yang ada di masyarakat serta menghasilkan perubahan yang berpengaruh positif dan negatif terhadap berlangsungnya hidup. Pengaruh positif adalah menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik seperti membenahi tatanan pada toko dan cara melayani konsumen, sedangkan pengaruh negatif menunjukkan perubahan kearah yang kurang baik dengan adanya pembangunan seperti konsumen yang beralih berbelanja ang dulunya ke toko kelontong sekarang ke Minimarket.

## B. Saran

1. Disarankan kepada masyarakat desa untuk saling tolong menolong terhadap usaha-usaha kecil agar lebih maju dan berkembang. Sehingga tidak mematikan usaha para pedagang.
2. Disarankan kepada para pedagang tradisional dengan adanya Minimarket di desa, untuk lebih meningkatkan kualitas dan kenyamanan pelayanan agar konsumen tertarik dan lebih nyaman berbelanja.





## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Qarim

- Afrianti, Rulita Dwi, *“Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Di Kelurahan Jembatan Kecil Di Tinjau Dari Ekonomi Islam* (Proposal Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2016).
- Aliyah, Istijabatul *“Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan”*. Cakra Wisata, 2017
- Alwiyah, Sindi, *“Dampak Sosial Ekonomi Berdirinya Minimarket Terhadap Toko Kelontong Tradisional Analisis Deskripsi Toko Kelontong JL. Warakas Raya Jakarta Utara”* (Jakarta: Skripsi Sarjana Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2018)
- Arisnadi, Herman, *Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi*, (Yogyakarta: Divapres, 2015).
- Damsar, Dr. Prof, *“Pengantar Teori Sosiologi”*. (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015).
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Muzhab Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2019)
- Dewi, Septi Sinta, *“Pilihan Rasional Pelaku Home Industry CIU di Desa Wlahar Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas”*, (Skripsi: Jurusan Pendidikan Sosiologi Ilmu Antropologi, 2018).
- Dewi, Wayan Weda Asmara, et al. *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press, 2022.
- Fitrianto, Acmad Room, *“Pendampingan dan Sosialisasi Pada Usaha Toko Kelontong Dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong”*, Jurnal Abdidas, 2020, 1.6: 579-591.
- Goa, Lorentius. *“Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat”*. SAPA-Jurnal Kateketik dan Pastoral, 2017,
- Hadi, Sumasno, *“Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi”*. Jurnal Ilmu Pendidikan, Jilid 22, No 1, 2016.
- Haerani, *“Dampak Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menengah Di Desa Batunyala”*, Mataran, Skripsi Sarjana Universitas Islam Negeri Mataram, 2020.

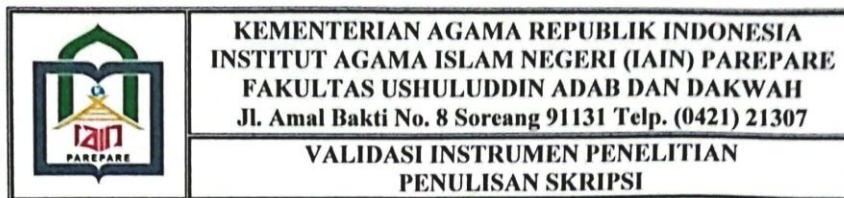
- Hanizah, Nurul “*Komunikasi dan Multikulturalisme Di Era Disrupsi: Tantangan dan Peluang*”, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta), 2019.
- Hanizah, Nurul, “*Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi: Tantangan dan Peluang*”, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta), 2019.
- Hasdani dkk, “*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*”, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Hatu, Rauf ,2011. “*Perubahan Sosial Kultural Masyarakat pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik)*”. Jurnal Inovasi, 8 (4): 1 – 11
- Hidayah, Siti Rahma. “Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan Menuju Masyarakat Sub-Urban”. *Paradigma*, 2017, 2: 344-348.
- Irwan “*Dinamika dan Perubahan Sosial Pada Komunikasi Lokal*”, (Yogyakarta: Deepublish), 2018.
- Joseph, Roshan J, 2012. “*Parsons Pattern Variable and Social Change Analysis. Search and Research*”. 3 (3): 18-21
- Jusuf, Dewi Indriani. “*Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online.*” Penerbit Andi, 2021.
- Kurnia, Tedi Septa. “*Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Pasar Tradisional: Studi Kasus di Pasar Taniung Sari Kabupaten Sumedang*”. (Bandung: Skripsi Sariana program studi ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022).
- Nata, Abuddin, Sosiologi Pendidikan Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2014.
- Novita, Cahaya “*Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir Di Desa Hessa Air Genting Kec. Air Batu Kab. Asahan*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)
- Novitasari, Ratna, “*Dampak keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional: Studi Kasus Pasar Panco Lombok Timur*” (Mataram : Skripsi Sarjana Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Mataram, 2020)
- Nugrhani, Farida, “*Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*”. Yogyakarta: Pilar Media, 2014.

- Permatasari, Wulan, *Pengaruh Perspektif Tentang Minimarket Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten* (Jakarta: Skripsi Sarjana Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, 2016)
- Pramudiana, Ika Devy, *“Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern”*, 2017.
- Pratiwi, Kadek Cyntia, I Nengah Kartika, *“Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading”*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 2019
- Rahayu, Denanda Padela, Marleni, dan Rahmadani, S. (2021). Dampak Kehadiran Minimarket Pada Kehadiran Masyarakat Di Kelurahan Buluran Kanali Kota Jambi. Jurnal Pendidikan Sejarah, vol.6 no.2
- Raiftissia, Rafid Naufal, *“Melihat Gejala Sosial Yang Ada Di Masyarakat”*. 2021
- Ransulangi, Mega Silvia; Mandey, Silvy; Tumbuan, Willem A. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado”*. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2015, 3.3.
- Ridarwati, Nia. *“Sinkronisasi Antara Peraturan Daerah Kabupaten Ngawi Nomor 35 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan, Pembinaan Dan Penataan Pasar Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern”*. Dinamika Hukum, 2020
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi, Dari Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kerasi Wacana, 2008).
- Sakdiah, Halimatus , *“Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)”*. 2016.
- Sakdiah, Halimatus. *Peran Pedagang Perempuan Pasar Terapung Dalam Melestarikan Tradisi Dan Kearifan Lokal Di Kalimantan Selatan (Perspektif Teori Perubahan Sosial Talcott Parsons)*. 2016
- Salim dan Syahrums, *“Metode Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan”* Bandung: Citapustaka Media, 2012.

- Samhah, Hanifiyatun; Suprihhadi, Heru. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 2016, 5.12.
- Sanusi, Sugiono, Willy Tri Hardiyanto, Nanang Bagus “Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kaki Lima (PKL) di Sepanjang Jalan Mt. Haryono Dinoyo Malang Jawa Timur”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)* 1 (2), 2015.
- Saraswati, Made Deswitha, I Wayan Wenagama, “Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern”. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2019
- Sarniad, “Efektifitas Program Bimbingan Mediasi dalam Penanganan Perceraian”, Parepare, Skripsi Sarjana STAIN Parepare, 2017.
- Setiadi, Nugroho J.; SE, M. M. “Perilaku Konsumen: edisi revisi”. Kencana, 2015.
- Soekanto, Soerjono dan Budi Sulistyowati, “Sosiologi Suatu Pengantar”, (Ed-revisi, cet. 48, Jakarta : Rajawali Pers), 2017.
- Sudiarta, I Nyoman, I Wayan Suardana, dan Nyoman Ariana, “Persaingan Daya Tarik Pariwisata Bali Suatu Kajian Konseptual dan Empiris,” *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata* 4, no. 1 (2014).
- Sukatmadiredja, Noneng R., “Analisa Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya”. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2016
- Supriyanto “Bahan Ajar: Pembangunan dan Perubahan Sosial”, 2015.
- Suriyanti, Ermina “Analisis Pola Pikir (Mindset), Penilaian Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan Kalimantan Selatan”, *Jurnal Kindai*, Vol.16, No.1, 2017.
- Tafsir Al-qur'an Surat Al-Anfal Ayat 53*”, <https://quran.kemenag.go.id>
- Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Parepare: IAIN Parepare, 2020.
- Yunita, Bella Ika, “Pola Perilaku Berbelanja Masyarakat Desa Di Tengah-Tengah Pasar Modern : Studi Kasus Masyarakat Desa Gurah Kabupaten Kediri” (Skripsi Thensis, Universitas Airlangga, 2018)

# LAMPIRAN-LAMPIRAN





NAMA MAHASISWA : HASNIAR SARI PUTRI  
NIM : 19.3500.020  
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
PRODI : SOSIOLOGI AGAMA  
JUDUL : DAMPAK PEMBANGUNAN TOKO MODERN  
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN  
MASYARAKAT DESA (STUDI KEBERADAAN  
MINIMARKET DI PINRANG)

#### **PEDOMAN WAWANCARA**

1. Apa anda mengetahui tentang toko kelontong?
2. Seberapa sering anda berbelanja di toko kelontong?
3. Mengapa anda lebih memilih berbelanja di toko kelontong ketimbang di pasar?
4. Apa toko kelontong memenuhi kesediaan bahan pokok?
5. Apa anda setuju dengan adanya Minimarket?
6. Mengapa anda tertarik berbelanja di Minimarket?
7. Mengapa anda memilih berbelanja di Minimarket dari pada di toko kelontong?
8. Mengapa anda lebih suka berbelanja di toko kelontong atau Minimarket?
9. Barang apa saja yang sering anda beli di Minimarket?
10. Menurut anda bagaimana kelebihan dari Minimarket dan toko kelontong?

Pinrang, 14 Oktober 2023

Pembimbing Utama



Dr. Hj. St Aminah, M.Pd  
NIP. 196012311998031001

Mengetahui,  
Pembimbing Pendamping



Dr. Muhiddin Bakri, Lc., M.Fil.i  
NIP. 197607132009121002





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakri No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- ~~2107~~ /In.39/FUAD.03/PP.00.9/10/2023

11 Oktober 2023

Lamp : -

Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Daerah Kabupaten Pinrang  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pinrang  
Di-  
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan bahwa:

Nama	: HASNIAR SARI PUTRI
Tempat/Tgl. Lahir	: Ulutedong, 24 November 2000
NIM	: 19.3500.020
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: Bulu Siapae Kel. Manarang Kec. Mattirobulu Kab. Pinrang

Bermaksud melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul Skripsi :

**DAMPAK PEMBANGUNAN TOKO MODERN TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA (STUDI KEBERADAAN MINIMARKET DI KABUPATEN PINRANG)**

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di wilayah Kab. Pinrang terhitung mulai bulan **Oktober 2023 s/d November 2023**.

Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr. Wb



Dekan,

Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP. 19641231 199203 1 045





**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**  
 Nomor : 503/0653/PENELITIAN/DPMPTSP/10/2023

Tentang

**REKOMENDASI PENELITIAN**

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 13-10-2023 atas nama HASNIAR SARI PUTRI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat** :
  1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
  2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
  3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
  4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
  5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
  6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
  7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
  8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
  9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** :
  1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1255/R/T.Teknis/DPMPTSP/10/2023, Tanggal : 13-10-2023
  2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0653/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/10/2023, Tanggal : 13-10-2023

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** :
- KESATU** : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
  2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
  3. Nama Peneliti : HASNIAR SARI PUTRI
  4. Judul Penelitian : DAMPAK PEMBANGUNAN TOKO MODERN TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA (STUDI KEBERADAAN MINI MARKET DI KABUPATEN PINRANG
  5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
  6. Sasaran/target Penelitian : PEGAWAI MINI MARKET DAN MASYARAKAT
  7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Mattiro Bulu
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 13-04-2024.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 13 Oktober 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :  
**ANDI MIRANI, AP., M.Si**  
 NIP. 197406031993112001  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP**  
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE





**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG  
KECAMATANMATTIRO BULU**

Alamat: Jl. Poros Pinrang Pare. B Telp. 0471 3910336  
PINRANG 91271

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 070/352/KMT/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H.ARIS MANGOPO, SE, M.Si  
NIP : 197107152008011019  
Pangkat : Pembina  
Jabatan : Camat Mattiro Bulu

Menrangkan dengan sebenar-benarnya bahwa mahasiswa IAIN Parepare dibawah ini :

Nama : HASNIAR SARI PUTRI  
NIM : 19.3500.020  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Bulu, Kelurahan Manarang Kec. Mattiro Bulu

Telah menyelesaikan Penelitian dengan Judul : **"DAMPAK PEMBANGUNAN TOKO MODERN TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT DESA (STUDI KEBERADAAN MINI MARKET DI KABUPATEN PINRANG** Tanggal 25 Oktober 2023 s.d. 31 Oktober 2023.

Demikian surat Keterangan Penyelesaian Penelitian ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagai mana mestinya.

DI KELUARKAN DI : B U A  
PADA TANGGAL : 28 November 2023



H.ARIS MANGOPO, SE, M.Si  
Pembina  
NIP. 197107152008011019



**PAREPARE**

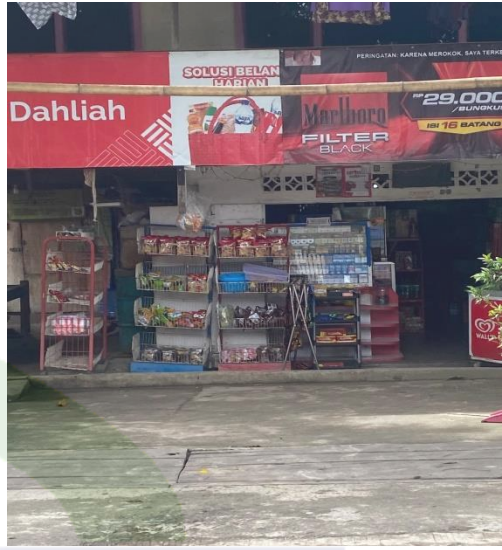
**Tembusan :**

1. Bupati Pinrang sebagai laporan
2. Rektor IAIN Parepare
3. Yang bersangkutan untuk diketahui
4. Pertinggal.

di Pinrang  
di Parepare

GAMBARAN TOKO MODERN DAN TOKO KELONTONG





### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : P. Ngating

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 50 Tahun

Alamat : Karianga

Pekerjaan : urt

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



P. NGATING

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dahlia  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 39 Tahun  
Alamat : Bulu Siapa  
Pekerjaan : urt

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 26 Oktober 2023

Yang Bersangkutan

.....  
DAHLIA

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Aena  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 21 Tahun  
Alamat : Karangas  
Pekerjaan : urt

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



.....  
Aena

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tina  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 51 Tahun  
Alamat : Kencing  
Pekerjaan : urt

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 October 2023

Yang Bersangkutan

.....  
TINA



### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Karmila  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 26 Tahun  
Alamat : Keriango  
Pekerjaan : urf

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan

Karmila

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Hasimawati*  
Jenis kelamin : *Perempuan*  
Usia : *58 Tahun*  
Alamat : *Bulu Sicipae*  
Pekerjaan : *PNS*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *31 Oktober* 2023

Yang Bersangkutan



.....  
HASMAWATI

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marwah  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 29 Tahun  
Alamat : Koricorejo  
Pekerjaan : urt

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



MARWAH

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Nasriani*  
Jenis kelamin : *Perempuan*  
Usia : *25 Tahun*  
Alamat : *Kaibang*  
Pekerjaan : *URt*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *25 Oktober* 2023

Yang Bersangkutan

**PAREPARE** *Nasriani*

.....  
**NASRIANI**

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jumalia  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 52 Tahun  
Alamat : Bulu Siapae  
Pekerjaan : urf

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan

Jumalia

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : Dewi  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 13 Tahun  
Alamat : Ruboe  
Pekerjaan : Pegawai Alfumidi

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 October 2023

Yang Bersangkutan

  
Dewi

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Ramlis  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Usia : 24 Tahun  
Alamat : Rube'e  
Pekerjaan : Pegawai Alfamart

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



Muh. Ramlis

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hasmiyah Bin Bahar  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 23 Tahun  
Alamat : Tirong  
Pekerjaan : Pegawai ~~Alfemidi~~ Alfemidi

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



.....  
Hasmiyah

PAREPARE



### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Firram*  
Jenis kelamin : *Laki - Laki*  
Usia : *20 Tahun*  
Alamat : *Karangang*  
Pekerjaan : *Pegawai Alfamidi*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *25* Oktober 2023

Yang Bersangkutan



.....  
*FIRRAM*

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahrul  
Jenis kelamin : Laki-Laki  
Usia : 22 Tahun  
Alamat : Karianga  
Pekerjaan : Pegawai Indomaret

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



SYAHRUL

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Acep Saputra*  
Jenis kelamin : *Laki-Laki*  
Usia : *25 Tahun*  
Alamat : *Karanga*  
Pekerjaan : *Pegawai Indamaret*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *25 Oktober* 2023

Yang Bersangkutan



.....  
ACEP SAPUTRA

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyani  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 18 Tahun  
Alamat : Pajalele  
Pekerjaan : Pegawai Alfamart

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 October 2023

Yang Bersangkutan



FITRIYANI

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dirmansyah  
Jenis kelamin : Laki - Laki  
Usia : 19 Tahun  
Alamat : Madimeng  
Pekerjaan : Pegawai Alfamart

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan

  
.....  
Dirmansyah

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Madani

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia : 23 Tahun

Alamat : Karianga

Pekerjaan : pegawai Alfamart

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



AHMAD MADANI

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jastina  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 40 Tahun  
Alamat : Bulu Siupae  
Pekerjaan : urf

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)".

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 26 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



JASTINA

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hasmidah Bin Belhar

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 23 Tahun

Alamat : Tirong

Pekerjaan : Pegawai ~~Alfemidi~~ Alfemidi

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan

Hasmidah



### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Erwin Ramli*  
Jenis kelamin : *Laki - Laki*  
Usia : *23 Tahun*  
Alamat : *Kariang*  
Pekerjaan : *Pegawai Indomaret*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *25 Oktober*.....2023

Yang Bersangkutan

  
.....  
*ERWIN Ramli*

### Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Hayati  
Jenis kelamin : Perempuan  
Usia : 53 Tahun  
Alamat : Kerianga  
Pekerjaan : urf

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Hasniar Sari Putri untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian “Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”.

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 25 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



Nur hayati

DOKUMENTASI WAWANCARA PENELITIAN



Wawancara dengan ibu P. Nganting



Wawancara dengan ibu Karmila



Wawancara dengan ibu Nur Hayati



Wawancara dengan ibu Tina



Wawancara dengan ibu Nasriani



Wawancara dengan ibu Nur Aena



Wawancara dengan ibu Dahlia



Wawancara dengan ibu Jamalia



Wawancara dengan ibu Jastina



Wawancara dengan ibu Hasmawati



Wawancara dengan pegawai indomaret

Erwin



Wawancara dengan pegawai indomaret

Syahrul



Wawancara dengan pegawai indomaret

Acep



Wawancara dengan pegawai Alfamart

Ramli



Wawancara dengan pegawai Alfamart

fitriyani



Wawancara dengan pegawai Alfamart

Dirmansyah



Wawancara dengan pegawai Alfamart

Ahmad



Wawancara dengan pegawai Alfamidi

Dewi



Wawancara dengan pegawai Alfamidi

Fikram



Wawancara dengan pegawai Alfamidi

Hasmida

## BIODATA PENULIS



**Hasniar Sari Putri** dilahirkan di Ulu Tedong 24 November 2000. Merupakan anak pertama dari pasangan Sahril dan Jastina. Penulis pertama kali mengikuti pendidikannya mulai TK 285 Pinrang dan lulus pada tahun 2007, kemudian lanjut di SDN 285 Pinrang lulus pada tahun 2013 . melanjutkansekolah di SMPN 1 Mattiro Bulu pada tahun 2013 -2016, lalu melanjutkan pendidikan di SMAN 7 Pinrang pada tahun 2016-2019. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan pada tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, tepatnya pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah padaProgram Studi Sosiologi Agama.

Penulis pernah bergabung di beberapa organisasi dan komunitas kampus, yaitu prngurus HMPS SA tahun 2019-2020 sebagai anggota, pengurus HMPS SA sebagai anggota pada tahun 2020-2021, pengurus komisariat ODOJ (One Day One Juz) pada tahun 2019-2020. Dengan ketekunan dan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa (Studi Keberadaan Minimarket Di Kabupaten Pinrang)”**.