

RINGKASAN

Perkembangan zaman yang semakin modern memberikan pengaruh terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat ini disertai dengan perubahan yang sedang berlangsung, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat. Semakin tinggi status sosial masyarakat, semakin tinggi pula permintaan kebutuhan dan pelayanan dalam berbelanja. Secara sederhana berbelanja adalah aktivitas yang dilakukan untuk memilih dan membeli barang maupun jasa yang dibutuhkan. Tempat berbelanja juga semakin banyak dan beragam seperti warung kecil dan minimarket (alfamart, indomaret dll). Minimarket seperti Alfamart atau Indomaret saat ini berkembang pesat di Indonesia. Salah satunya adalah di kampung Sidayu desa Kebon kecamatan Tirtayasa kabupaten Serang-Banten.

Penelitian ini menganalisis terkait minat masyarakat berbelanja diwarung kecil pasca keberadaan minimarket di desa Kebon kecamatan Tirtayasa kabupaten Serang-Banten menggunakan perspektif sosiologi yaitu teori tindakan sosial. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga cara yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan metode analisis data Interaktif dari Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat desa Kebon dalam berbelanja di warung kecil pasca keberadaan minimarket masih tinggi hal tersebut dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor rasional dan irasional. Faktor rasional berupa jarak yang dekat, harga yang murah dan unsur kekeluargaan, sedangkan faktor irasional berupa tradisi tradisional yaitu mendapatkan *THR (Tunjangan Hari Raya)* berupa bak kecil, piring dan lain sebagainya ketika menjelang Hari Raya Idul Fitri, serta didukung juga dengan interaksi sosial dan jam operasional warung kecil.

SUMMARY

The development of increasingly modern times has an influence on the increasing needs of society. These community needs are accompanied by ongoing changes, especially the socio-economic conditions of the community. The higher the social status of the community, the higher the demand for shopping needs and services. In simple terms, shopping is an activity carried out to select and purchase the goods and services needed. Shopping places are also increasing in number and variety, such as small stalls and minimarkets (Alfamart, Indomaret, etc.). Minimarkets such as Alfamart or Indomaret are currently developing rapidly in Indonesia. One of them is in Sidayu village, Kebon village, Tirtayasa subdistrict, Serang-Banten district.

This research analyzes people's interest in shopping at small stalls after the existence of minimarkets in Kebon village, Tirtayasa subdistrict, Serang-Banten district using a sociological perspective, namely social action theory. By using qualitative research methods with a qualitative descriptive approach. The technique for determining informants in this research uses purposive sampling technique. Data collection techniques in this research were carried out using three methods, namely interviews, observation and documentation. The data collected in this research is primary data and secondary data using the interactive data analysis method from Miles and Huberman.

The results of this research show that the Kebon village community's interest in shopping at small stalls after the existence of minimarkets is still high, this is influenced by two factors, namely rational and irrational factors. Rational factors include close distance, cheap prices and family elements, while irrational factors include traditional traditions, namely getting THR (Holiday Allowance) in the form of small tubs, plates and so on when approaching Eid al-Fitr, and also supported by social interaction and small shop operating hours.