

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi yang digunakan oleh pemilik toko kelontong yang digunakan untuk menghadapi perkembangan minimarket modern di Kecamatan wangon. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (mixed methods). Penelitian ini menggabungkan dua pendekatan yang sudah ada sebelumnya, yaitu penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan *sequential exploratory* design diadopsi, di mana data kualitatif dikumpulkan terlebih dahulu untuk memahami konteks, persepsi, dan pengalaman subjek secara mendalam. Setelah itu, data kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis atau generalisasi hasil kualitatif pada populasi yang lebih luas.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberadaan minimarket modern seperti Alfamart dan Indomaret telah memberikan dampak signifikan terhadap usaha warung kelontong, baik dari segi jumlah pelanggan, pendapatan, maupun eksistensi usahanya. Minimarket modern unggul dalam hal kenyamanan, kelengkapan barang, dan kualitas pelayanan, yang membuat konsumen lebih memilih berbelanja di sana. Di sisi lain, warung kelontong masih memiliki kekuatan dalam hal kedekatan personal dengan pelanggan, fleksibilitas, dan kemampuan menjual produk dalam ukuran kecil yang sesuai dengan daya beli konsumen setempat.

Namun, tantangan internal seperti kurangnya manajemen keuangan yang baik, keterbatasan modal, dan kurangnya inovasi produk menjadi faktor penghambat bagi keberlanjutan usaha toko kelontong. Dengan demikian, untuk dapat bertahan dalam persaingan ini, pemilik toko kelontong perlu memperbaiki kelemahan internal dan memanfaatkan peluang eksternal untuk mengembangkan usaha mereka.

## SUMMARY

*This research aims to examine the strategies employed by grocery store owners to address the growth of modern minimarkets in Wangon District. The study adopts a mixed-methods approach, combining both qualitative and quantitative methodologies. The research utilizes a sequential exploratory design, in which qualitative data is collected first to gain an in-depth understanding of the context, perceptions, and experiences of the subjects. Following this, quantitative data is used to test hypotheses or generalize the qualitative findings to a larger population.*

*Based on the analysis conducted, it can be concluded that the presence of modern minimarkets, such as Alfamart and Indomaret, has had a significant impact on traditional grocery stores, affecting customer numbers, income, and business sustainability. Modern minimarkets excel in terms of convenience, product variety, and quality of service, which attracts consumers to shop there. On the other hand, traditional grocery stores still have strengths in maintaining close personal relationships with customers, flexibility, and the ability to sell products in smaller sizes suited to the purchasing power of the local community.*

*However, internal challenges, such as inadequate financial management, limited capital, and a lack of product innovation, hinder the sustainability of grocery stores. Thus, in order to remain competitive, grocery store owners need to address internal weaknesses and capitalize on external opportunities to grow their businesses.*