

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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.

#### **5.2 Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pemilik toko kelontong dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam sektor usaha kecil. Pertama, warung kelontong perlu beradaptasi dengan perkembangan zaman, terutama dalam penggunaan teknologi untuk manajemen dan pemasaran. Pemilik warung juga harus menyadari pentingnya peningkatan pelayanan dan inovasi produk guna bersaing dengan minimarket modern.

Kedua, dari sisi pemerintah dan lembaga terkait, hasil ini menunjukkan perlunya intervensi yang lebih konkret untuk mendukung keberlangsungan usaha kecil, seperti melalui pelatihan bisnis, pemberian akses modal, dan pembentukan asosiasi atau koperasi yang memudahkan toko kelontong memperoleh bahan dengan harga grosir. Upaya ini dapat membantu pelaku

usaha kecil mempertahankan daya saing mereka di tengah gempuran ritel modern.

### 5.3 Saran

#### 1 Bagi Pemilik Toko Kelontong

Pemilik toko kelontong perlu meningkatkan keterampilan manajemen usaha, terutama dalam hal pengelolaan keuangan dan stok barang. Penggunaan teknologi seperti aplikasi pencatatan keuangan dapat membantu dalam mengelola bisnis dengan lebih efisien. Selain itu, layanan pelanggan harus ditingkatkan, dengan memberikan pengalaman belanja yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Selain itu, diversifikasi produk, terutama barang-barang khas lokal, juga penting untuk menarik lebih banyak pelanggan. Pemilik toko kelontong dapat mempertimbangkan untuk memperluas pasar dengan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial atau aplikasi pesan antar, untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

#### 2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait :

Pemerintah perlu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik toko kelontong dalam hal manajemen usaha dan pemasaran. Selain itu, perlu ada dukungan dalam bentuk modal usaha yang mudah diakses agar toko kelontong dapat meningkatkan stok dan melakukan inovasi. Selain itu juga diperlukannya pembentukan asosiasi atau koperasi dapat memfasilitasi toko kelontong untuk mendapatkan barang dengan harga lebih kompetitif dan bersaing dengan minimarket modern.

#### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian lebih lanjut bisa difokuskan pada strategi digitalisasi yang dapat diterapkan oleh toko kelontong, serta bagaimana toko kelontong dapat bersinergi dengan ritel modern alih-alih bersaing secara langsung. Selain itu tentu diperlukan analisis lebih mendalam tentang dampak kebijakan pemerintah terhadap usaha kecil juga perlu dilakukan, untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai solusi yang berkelanjutan bagi sektor ini.

## 5.4 Penutup

Penelitian ini mengangkat berbagai tantangan yang dihadapi oleh toko kelontong tradisional dalam mempertahankan eksistensi mereka di tengah persaingan yang semakin ketat dengan minimarket modern. Kehadiran minimarket yang menawarkan harga bersaing, kenyamanan, dan aksesibilitas telah memberikan dampak yang signifikan bagi usaha kelontong yang mengandalkan pelanggan setia dari lingkungan sekitar. Minimarket modern cenderung memiliki sistem manajemen yang lebih terstruktur, promosi yang masif, serta dukungan dari rantai pasokan yang terintegrasi. Tantangan inilah yang mendorong toko kelontong untuk meningkatkan daya saingnya melalui strategi yang lebih baik dan penyesuaian terhadap perubahan kebutuhan pelanggan.

Solusi yang ditawarkan penelitian ini menitikberatkan pada upaya perbaikan manajemen internal, peningkatan kualitas layanan, serta inovasi dalam produk yang dijual. Manajemen internal yang lebih baik memungkinkan toko kelontong untuk mengelola stok barang dan keuangan secara efektif, sementara kualitas layanan yang baik dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Selain itu, diversifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan lokal juga dapat menjadi nilai tambah, membuat toko kelontong mampu memberikan pilihan yang relevan bagi pelanggan. Solusi ini juga didukung oleh dukungan eksternal, baik dari pemerintah maupun lembaga terkait, yang dapat membantu toko kelontong untuk memperoleh pelatihan, pendanaan, atau akses terhadap sumber daya lain yang diperlukan untuk bertahan.

Melalui sinergi antara peningkatan di sisi internal dan dukungan eksternal, diharapkan toko kelontong tetap mampu bersaing dan berkembang di era modern ini. Penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pemilik usaha kelontong, tetapi juga bagi pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan komunitas lokal. Dengan adanya kerja sama yang lebih solid, usaha kecil seperti toko kelontong diharapkan mampu menjaga kelangsungan usahanya di tengah perkembangan pesat ritel modern, sekaligus berkontribusi dalam melestarikan tradisi perdagangan lokal yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat.