

## PERAN TOKO KELONTONG RIZKY DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN KONSUMEN DI KECAMATAN MEDAN DELI

Suci Maesyah Rani<sup>1\*</sup>, Fatiyah Ayumi Siregar<sup>2</sup>, Syawilda Astari Lubis<sup>3</sup>, Yenni Samri Julianti Nasution<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

<sup>1\*)</sup>[sucimaesya@gmail.com](mailto:sucimaesya@gmail.com)

<sup>2)</sup>[fatiyaayumi190405@gmail.com](mailto:fatiyaayumi190405@gmail.com)

<sup>3)</sup>[syawildaastarilubis@gmail.com](mailto:syawildaastarilubis@gmail.com)

<sup>4)</sup>[yenni.samri@uinsu.ac.id](mailto:yenni.samri@uinsu.ac.id)

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi operasional dan pelayanan di Toko Kelontong Rizky melalui serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada konsumen. Temuan utama meliputi produk yang paling sering dibeli yaitu rokok, sabun, jajan, dan sampo, mengindikasikan pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Konsumen umumnya berbelanja sekali sehari, menandakan peran penting toko dalam kehidupan harian mereka. Pelayanan yang ramah dan tanggap dari staf memenuhi harapan konsumen, menjadi faktor kunci dalam kepuasan pelanggan. Meskipun tidak menyediakan semua kebutuhan sehari-hari, toko ini tetap menjaga ketersediaan produk utama yang dibutuhkan. Lokasi yang strategis dan kemudahan akses memberikan kenyamanan bagi konsumen, terutama dalam situasi mendesak. Produk yang dijual dinilai berkualitas baik, tidak ada yang cacat atau kadaluarsa, meningkatkan kepercayaan konsumen. Harapan masyarakat terhadap toko meliputi peningkatan variasi produk dan kualitas layanan. Keunggulan lokasi, harga terjangkau, dan kemampuan beradaptasi dengan tren pasar membuat Toko Kelontong Rizky lebih diminati. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi pelayanan yang baik, lokasi strategis, dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar adalah kunci keberhasilan Toko Kelontong Rizky.

**Kata Kunci:** Produk, Toko Kelontong, Lokasi, Konsumen

### ABSTRACT

*This research aims to evaluate operations and services at Rizky Grocery Store through a series of questions asked to consumers. The main findings include the most frequently purchased products, namely cigarettes, soap, snacks and shampoo, indicating that they fulfill people's basic needs. Consumers generally shop once a day, indicating the important role stores play in their daily lives. Friendly and responsive service from staff meets consumer expectations, becoming a key factor in customer satisfaction. Even though it does not provide all daily needs, this shop still maintains the availability of the main products needed. The strategic location and easy access provide*

### Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagirism checker no 77

Doi : prefix doi :

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*convenience for consumers, especially in urgent situations. The products sold are considered to be of good quality, there are no defects or expired, increasing consumer confidence. People's expectations for stores include increasing product variety and service quality. The location advantage, affordable prices, and ability to adapt to market trends make Rizky's Grocery Store more in demand. This research concludes that a combination of good service, strategic location, and adaptation to market needs is the key to the success of Rizky Grocery Store.*

**Keywords:** Product, Grocery Store, Location, Consumers

## PENDAHULUAN

Toko kelontong merupakan salah satu elemen penting dalam struktur ekonomi lokal yang memainkan peran vital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Berbeda dengan supermarket atau minimarket, toko kelontong biasanya menawarkan berbagai barang kebutuhan pokok dengan skala lebih kecil dan harga yang relatif lebih terjangkau bagi konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suryani, 2022) dalam artikel berjudul "Dinamika Toko Kelontong di Tengah Perubahan Ekonomi Global", toko kelontong mampu bertahan meski di tengah persaingan ketat dari ritel modern, berkat kemampuannya dalam menawarkan kenyamanan dan akses yang dekat dengan konsumen di lingkungan sekitar.

Toko kelontong tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga lokal dan membentuk jaringan sosial di lingkungan tersebut. (Mukti dan Hidayat, 2021) dalam artikel mereka "Toko Kelontong Sebagai Sumber Kebutuhan sebagai pusat sosial yang menghubungkan masyarakat dengan berbagai informasi Masyarakat Kota dan Desa" menyoroti peran toko kelontong dalam menyediakan kebutuhan dasar seperti bahan makanan, obat-obatan, dan perlengkapan rumah tangga yang langsung dapat diakses oleh masyarakat tanpa perlu bepergian jauh.

Lebih lanjut, (Rahmawati, 2023) dalam penelitiannya "Peranan Toko Kelontong dalam Perekonomian Mikro", menjelaskan bahwa toko kelontong juga memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian lokal dengan menyerap tenaga kerja dan menjadi tempat usaha bagi banyak individu, termasuk para pengusaha kecil dan menengah yang membuka toko kelontong mereka sendiri.

Meskipun toko kelontong memiliki peran yang sangat penting, eksistensinya. Dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal persaingan dengan pasar modern yang lebih besar dan terkadang lebih efisien. (Taufiq dan Utami, 2022) dalam artikel "Tantangan dan Peluang Toko Kelontong di Era Digital" mengungkapkan bahwa untuk tetap relevan, toko kelontong harus beradaptasi dengan teknologi digital, seperti sistem pembayaran elektronik dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran.

Melalui riset ini, akan dibahas lebih lanjut tentang bagaimana toko kelontong beradaptasi dengan perubahan zaman, peranannya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, serta tantangan yang dihadapi oleh para pemilik toko kelontong untuk tetap bersaing di pasar modern.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumen

Menurut (Kotler dan Keller, 2016) perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang,

jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku ini sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Rangkuti (2017), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dalam konteks toko kelontong, kepuasan konsumen dapat diukur melalui ketersediaan produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang diberikan oleh penjual.

### **Pentingnya Lokasi Usaha**

Menurut Kotler (2009), lokasi usaha menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang strategis memengaruhi aksesibilitas konsumen dan dapat meningkatkan peluang kunjungan konsumen ke toko.

### **Peran Toko Kelontong dalam Perekonomian Lokal**

Menurut Suwandi (2015), toko kelontong adalah salah satu bentuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki peran penting dalam perekonomian lokal. Toko kelontong tidak hanya menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat.

### **Faktor Kualitas Pelayanan**

Menurut Hakim (2020), konsumen cenderung memilih toko yang mampu memberikan nilai tambah seperti diskon, kemudahan pembayaran, dan hubungan interpersonal yang baik antara penjual dan pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 10 orang konsumen yang dipilih secara purposive sampling. Wawancara dilakukan secara langsung di toko kelontong yang menjadi objek penelitian. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terhadap aktivitas konsumen dan lingkungan toko. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan teknik analisis tematik.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Toko Kelontong Rizky berhasil memainkan perannya dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat di Kecamatan Medan Deli. Beberapa temuan utama adalah sebagai berikut:

1. Produk yang Paling Banyak Dibeli: Produk seperti rokok, sabun, makanan ringan, dan sampo adalah produk yang paling sering dibeli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa toko ini mampu menyediakan kebutuhan harian masyarakat.
2. Frekuensi Belanja Konsumen: Sebagian besar konsumen mengunjungi toko ini setidaknya sekali sehari, yang menegaskan pentingnya toko ini dalam rutinitas harian masyarakat sekitar.
3. Kualitas Pelayanan: Pelayanan yang ramah dan tanggap menjadi salah satu keunggulan utama Toko Kelontong Rizky. Konsumen merasa dihargai dan puas dengan sikap staf yang membantu.
4. Kualitas Produk: Produk yang dijual dinilai berkualitas baik, tanpa cacat atau kadaluarsa, yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko ini.
5. Lokasi Strategis: Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis memberikan kenyamanan bagi konsumen, terutama dalam situasi mendesak.
6. Harapan Konsumen: Meskipun toko ini sudah memenuhi kebutuhan dasar, konsumen mengharapkan peningkatan dalam variasi produk dan kualitas layanan.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya oleh (Suwandi, 2015) yang menekankan pentingnya toko kelontong dalam menyediakan kebutuhan harian masyarakat serta perannya dalam menciptakan lapangan kerja. Lokasi yang strategis dan harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama yang juga disebutkan oleh (Tambunan, 2018).

Pelayanan yang ramah dan responsif, sebagaimana dijelaskan oleh (Hakim, 2020), menjadi elemen kunci dalam menjaga loyalitas konsumen. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa Toko Kelontong Rizky telah berhasil menciptakan hubungan interpersonal yang baik dengan konsumen, yang memperkuat keunggulan kompetitifnya dibandingkan dengan ritel modern.

Namun, tantangan seperti keterbatasan variasi produk menjadi perhatian. Hal ini sejalan dengan temuan Taufiq dan (Utami, 2022), yang menyebutkan bahwa toko kelontong harus beradaptasi dengan perubahan tren pasar, termasuk meningkatkan diversifikasi produk dan memanfaatkan teknologi modern.

## **KESIMPULAN & SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Toko Kelontong Rizky berhasil memenuhi kebutuhan utama masyarakat di Kecamatan Medan Deli, berkat kombinasi pelayanan yang ramah, lokasi strategis, harga terjangkau, dan kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Temuan ini menguatkan bahwa toko kelontong berperan penting dalam perekonomian lokal dengan menyediakan barang kebutuhan harian berkualitas, meskipun belum sepenuhnya mencakup semua kebutuhan konsumen. Hal ini menegaskan bahwa strategi pelayanan yang baik dan fleksibilitas dalam menghadapi tren pasar merupakan kunci keberhasilan toko tradisional di tengah persaingan ritel modern.

### **Saran**

Toko Kelontong Rizky perlu meningkatkan variasi produk untuk memenuhi lebih banyak kebutuhan konsumen, memastikan ketersediaan stok barang penting, serta mempertahankan kualitas pelayanan. Untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, toko dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi dan mempertimbangkan penggunaan teknologi pembayaran digital untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pengaruh digitalisasi dan strategi pemasaran terhadap daya saing toko kelontong tradisional di era modern.

## **REFERENCE**

- Arifin, Z. (2021). Peran Ritel Tradisional dalam Ekonomi Lokal. Jakarta: Pustaka Ekonomi.
- Hartono, T. (2018). "Analisis Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Toko Ritel Tradisional." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 45-56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Nasution, R. (2022). "Pola Konsumsi Masyarakat Urban di Medan Deli." *Jurnal Ekonomi dan Sosial*, 14(1), 23-35.
- Santoso, D. (2019). *Kontribusi Ritel Kecil terhadap Ekonomi Komunitas*. Bandung: Ganesha Press.

Suryani, A. (2020). "Peran Toko Kelontong dalam Memenuhi Kebutuhan Rumah Tangga." *Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 11(3), 67-78.

Wijaya, B. (2020). "Dinamika Ritel Tradisional di Era Modern." *Jurnal Bisnis dan Ritel*, 15(4), 78-90.

Khaf, Monzer. 1995. *Ekonomi Islam: "Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam. Yogyakarta"*: Pustaka Pelajar.

Aulia Ishak, & William. (2019). "Riset Pasar untuk Mengetahui Kebutuhan Konsumen. Talenta Conference Series": *Energy and Engineering (EE)*, 2(3), 704-712.

Rahmawati, L., SP, M. M., Sari, F. M., & Djuanda, G. (2023). "Analisis Pengendalian Persediaan Toko Kelontong". Penerbit Tahta Media.

Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). "Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat". *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 11(1).

Wijayanti, T., & Sujianto, A. E. (2022). *Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam: Indonesia*. Maro: *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(1), 32-41.

Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). "Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah". *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2).

Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). "Pengaruh pendapatan, kesesuaian harga kebutuhan pokok, kebiasaan berbelanja dan kesadaran kesehatan terhadap pola konsumsi". *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(4), 539-549