

Pengaruh Signifikan Kehadiran Pasar Modern (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Keberlangsungan UMKM Di Kelurahan Malawili, Kabupaten Sorong

Nurhayati Suhajatno^{1,*}, Fanny Jitmau²

Fakultas Syariah dan Dakwah, IAIN Sorong¹

Jurusan Ekonomi dan Bisnis Politeknik Saint Paul Sorong²

Email : nurhayati@gmail.com¹, fannyjitmau28@gmail.com²

Koresponden*

Diterima : 2025-05-14

Direvisi : 2025-05-26

Disetujui : 2025-06-14

Abstrack

The study used quantitative methods and regression analysis techniques to determine the partial effect. The results indicate that the presence of modern markets has a significant partial effect on the sustainability of MSMEs. The presence of modern markets creates a fairly strong competitive impact, requiring MSMEs to adapt to changing consumer preferences. Consumers tend to choose modern markets because of their convenience and more competitive prices. The implications of these findings suggest that MSMEs improve product quality, service innovation, and marketing strategies. Local governments are advised to formulate modern market zoning policies that favor MSMEs and provide relevant mentoring and training programs. These findings provide an important contribution to efforts to maintain a balance between economic modernization and MSME sustainability.

Keywords: MSME Sustainability, Modern Markets.

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis regresi untuk menguji pengaruh secara parsial. Hasilnya menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keberlangsungan UMKM. Pasar modern memberikan dampak persaingan yang cukup kuat, di mana konsumen cenderung memilih pasar modern karena faktor kenyamanan dan harga yang lebih bersaing. Implikasi dari temuan ini menyarankan agar UMKM perlu meningkatkan kualitas produk, inovasi layanan, dan strategi pemasaran. Pemerintah daerah disarankan menyusun kebijakan zonasi pasar modern serta menyediakan program pendampingan dan

pelatihan yang relevan. Temuan ini berkontribusi penting bagi upaya menjaga keseimbangan antara modernisasi ekonomi dan keberlangsungan UMKM

Kata Kunci: Keberlangsungan UMKM, Pasar Modern.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen vital dalam perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2021 menunjukkan bahwa UMKM menyumbang 60,51% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Kontribusi ini menegaskan peran penting UMKM sebagai tumpuan perekonomian nasional. Maraknya minimarket seperti Indomaret dan Alfamart diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama dalam menyediakan berbagai macam produk yang higienis dan aman. Hal ini dikarenakan produk-produk yang diperdagangkan dibuat dengan teknologi canggih, yang memberikan kontribusi yang signifikan untuk produksi barang-barang penting, termasuk makanan dan minuman, di antara kebutuhan lainnya (Palilu, 2022).

Fenomena yang patut diperhatikan adalah munculnya pasar kontemporer seperti Indomaret dan Alfamart di berbagai daerah, termasuk Kelurahan Malawili, Kabupaten Sorong. Perkembangan ini memungkinkan minimarket meningkatkan keunggulan kompetitifnya, yang mengakibatkan penutupan sejumlah UMKM lokal (Palilu, 2022). Kehadiran Indomaret dan Alfamart menawarkan pilihan berbelanja yang nyaman dan efisien bagi masyarakat (Nurwafiyah, et al., 2024). Pasar modern menawarkan manfaat seperti peningkatan kenyamanan berbelanja, struktur harga yang kompetitif, dan keragaman produk. Penyediaan fasilitas, termasuk lingkungan belanja yang bersih dan nyaman serta berbagai pilihan harga, meningkatkan preferensi konsumen dan memfasilitasi kemampuan mereka untuk memilih dan membeli barang yang mereka butuhkan, sesuai dengan kebutuhan mereka (Suflani, et al., 2020). Namun, dominasi pasar modern ini telah menghadirkan tantangan signifikan bagi UMKM lokal, seringkali mengakibatkan penutupan sejumlah UMKM

Di Kelurahan Malawili, Pada lokasi penelitian ini menghadirkan berbagai tantangan terkait persaingan usaha, terutama dengan keberadaan dua gerai pasar modern (Indomaret dan Alfamart) yang berdekatan dengan UMKM lokal (Megawati, et al., 2023). Persaingan konsumen terjadi antara kedua kelompok tersebut, yang mencerminkan semakin tingginya minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket (Prasasty, 2021). kedekatan dua

gerai pasar modern (Indomaret dan Alfamart) telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen yang signifikan, di mana banyak individu memilih berbelanja di Indomaret dan Alfamart daripada di pedagang lokal. pengawasan untuk mencegah potensi matinya usaha kecil dan menengah yang ada, yang menjadi tumpuan ekonomi masyarakat (Mastur, et al., 2023).

Pasar modern memiliki jam operasional yang konsisten, biasanya mulai pukul 08.00 pagi hingga 22.00 malam, sementara jam operasional UMKM seringkali tidak konsisten. Selain itu, pasar modern menawarkan serangkaian sajian inovatif seperti kopi, roti, dan salad buah, serta label harga yang memudahkan konsumen, yang berbeda dengan UMKM. Jarak antara beberapa UMKM dengan pasar modern di Malawili bahkan berkisar 50 hingga 200 meter, mempercepat perpindahan konsumen. Berdasarkan fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Apakah pasar modern (Indomaret dan Alfamart) berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM masyarakat di Kelurahan Malawili Kabupaten Sorong?

TINJAUAN TEORI

A. Market Competition Theory

Market Competition atau persaingan pasar adalah kondisi di mana lebih dari satu pelaku usaha menawarkan produk sejenis, sehingga terjadi interaksi yang saling memengaruhi untuk menarik minat konsumen. Teori ini mengasumsikan bahwa semakin banyak pelaku usaha, semakin tinggi kompetisi dalam aspek harga, kualitas, dan pelayanan. Dalam konteks UMKM, persaingan pasar menjadi tantangan besar ketika harus bersaing dengan entitas besar seperti pasar modern yang memiliki modal, teknologi, dan jaringan distribusi yang lebih efisien. Dalam konteks UMKM, persaingan pasar menjadi tantangan besar terutama ketika harus bersaing dengan entitas yang lebih besar seperti pasar modern, franchise, dan toko retail jaringan (Pratama, 2020).

B. Pasar Modern (Indomaret dan Alfamart)

Pasar modern didirikan oleh entitas seperti badan pemerintah, swasta, atau koperasi, yang bermanifestasi sebagai minimarket, supermarket, department store, atau waralaba. Mereka mengutamakan kenyamanan pelanggan dan dikelola dengan pendekatan terpadu, didukung oleh modal besar dan struktur harga yang ditetapkan dengan jelas. Pasar modern, sebagaimana dijelaskan oleh Sabatiny dan Martini (2018), memiliki kemiripan dengan pasar tradisional. Namun, dalam tatanan pasar modern transaksi tidak terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli. Sebaliknya, pembeli mengamati label

harga yang ditempelkan pada barang, sementara layanan dilakukan secara mandiri melalui layanan mandiri atau difasilitasi oleh tenaga penjualan. . Di wilayah Indonesia Timur, perusahaan memperluas ke wilayah Raja Ampat dan Timor Tengah Selatan, bersama dengan berbagai lokasi lainnya (<https://id.wikipedia.org/wiki/Alfamart>, 2024).

Indomaret beroperasi sebagai anak perusahaan Salim Group, menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari dalam area penjualan kurang dari 200m²(Indrasari, 2017). Indomaret menekankan pengalaman berbelanja yang meningkatkan kenyamanan konsumen melalui sistem layanan mandiri. Sementara itu, Alfamart beroperasi di bawah kepemilikan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, menawarkan beragam kebutuhan pokok dan memiliki konsep operasional serupa dengan Indomaret. Kehadiran Indogrosir, anak perusahaan yang beroperasi dengan konsep bisnis Pusat Grosir, semakin memperkuat posisi Indomaret di pasar (PT. Indomaret, 2024). Dan pada saat ini, terdapat sekitar 3.583 gerai Entitas Anak yang beroperasi, bersama dengan lebih dari 1.600 gerai Perusahaan di Filipina, yang didukung oleh empat gudang (<https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/sejarah>, 2024).

Indikator Pasar Modern yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada kerangka 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence).(Timoer & Arlin, 2019).Misalnya, *Price* mengacu pada harga yang lebih kompetitif yang ditawarkan Indomaret dan Alfamart karena keunggulan skala ekonomi (pembelian dalam jumlah besar). Sementara *Place* (lokasi) yang strategis di dekat permukiman meningkatkan kenyamanan berbelanja bagi konsumen. Selain itu, produk yang tersedia untuk dibeli selain bahan makanan seperti buah, sayur, dan daging, sebagian besar barang lain terdiri dari barang-barang yang memiliki masa simpan panjang (Sabatiny & Rita, 2020).

C. Keberlangsungan UMKM

Keberlangsungan UMKM didefinisikan sebagai kemampuan UMKM untuk mempertahankan eksistensi dan operasional usahanya dalam jangka waktu tertentu, meskipun dihadapkan pada persaingan, khususnya dari pasar modern (Nugroho & Rahman, 2021).. Keberlangsungan UMKM mengacu pada kondisi bisnis yang ditandai dengan kapasitas untuk memelihara, mengembangkan, dan menjaga sumber daya. (Janah & Frances, 2024). yang merupakan kondisi dimana situasi ekonomi tidak dapat diprediksi (Rofiqoh et al., 2023). yang diperparah dengan dukungan pelanggan yang tidak memadai (Suyadi et al., 2018). Keterbatasan sarana dan prasarana usaha, khususnya

yang menyangkut perangkat teknologi, menyebabkan pelaku UMKM masih menggunakan teknologi yang sederhana (Nilasari et al., 2019).

Indikator keberlangsungan UMKM meliputi (Ibrahim, 2022).

1. Inovasi: Kemampuan membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru untuk meningkatkan daya saing, seperti inovasi produk/layanan/strategi. (Suyatno, 2010). (Ariescy et al, 2021)
2. Pelanggan: Ukuran atau parameter yang digunakan untuk mengevaluasi persepsi, kepuasan, dan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. (Kotler & Keller (2016)
3. Pengembalian Modal Awal (PMA): Keuntungan finansial yang diperoleh UMKM dari investasi awal, yang merupakan metrik penting untuk menilai kinerja keuangan dan kemampuan beradaptasi kompetitif.

HIPOTESIS

Hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap pertanyaan penelitian yang validitasnya memerlukan pembuktian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha: Keberadaan Pasar Modern berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di Kelurahan Malawili Kabupaten Sorong.

Ho: Keberadaan Pasar Modern tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di Kelurahan Malawili Kabupaten Sorong.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metodologi deskriptif. bertujuan untuk mengembangkan dan menerapkan model matematika (Creswell,, 2014). yang kemudian diidentifikasi melalui pengukuran numerik (Ali, et al., 2022). yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki. (Hardani, et al., 2020)

A. Populasi dan Sampel

Populasi keseluruhan pelaku UMKM di Kelurahan Malawili, Kabupaten Sorong, yang berjumlah 124 (Sugiyono, 2021). Teknik pengambilan sampel adalah *Probability Sampling*, khususnya *Proportionate Stratified Random Sampling*. Menggunakan Rumus Slovin dengan nilai kritis (batas ketelitian) 5%, oleh karena itu suatu sampel harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi (Gulo, 2015). jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 95 pelaku UMKM. (Paramita, 2020)

B. Teknik Pengumpulan Data:

1. Observasi (Pengamatan):mengkaji interaksi antara pasar modern dan UMKM, serta perubahan perilaku konsumen. (Saifullah dan Tabrani, 2015).
2. Kuesioner atau Angket: Berupa daftar pertanyaan menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap dan pendapat (Sukendra, 2020).Tujuan angket disebarkan agar memudahkan dalam pengukuran penelitian yang difokuskan (Naifah, 2021).
3. Dokumentasi: Pengumpulan informasi mengenai data dan fakta. (Hardani, et al., 2019).

C. Analisis Data:

Uji Asumsi Klasik (Normalitas dan Heteroskedastisitas) :

Uji Normalitas: Menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan normal jika nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$.

Uji Heteroskedastisitas: Menggunakan uji Glejser. Dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$.

Uji Regresi Linear Sederhana:

Uji Parsial (Uji t): Untuk mengevaluasi signifikansi koefisien regresi secara parsial. Hipotesis diterima jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

Uji Determinasi (R^2): Untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel independen (Kehadiran Pasar Modern) terhadap variabel dependen (Keberlangsungan UMKM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Data Berdasarkan Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel (X)

Variabel Kehadiran Pasar Modern (X)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,255	0,201	Valid
P2	0,335	0,201	Valid
P3	0,518	0,201	Valid
P4	0,441	0,201	Valid
P5	0,313	0,201	Valid

P6	0,233	0,201	Valid
P7	0,519	0,201	Valid
P8	0,464	0,201	Valid
P9	0,476	0,201	Valid
P10	0,294	0,201	Valid
P11	0,478	0,201	Valid
P12	0,256	0,201	Valid
P13	0,594	0,201	Valid
P14	0,308	0,201	Valid
P15	0,466	0,201	Valid
P16	0,380	0,201	Valid
P17	0,420	0,201	Valid
P18	0,513	0,201	Valid
P19	0,364	0,201	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 30

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan dalam Instrumen Variabel Pasar Modern (X) nilai didapatkan dikatakan Valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung degan r tabel, dan hasilnya r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Variabel Keberlangsungan UMKM (Y)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,486	0,201	Valid
P2	0,468	0,201	Valid
P3	0,324	0,201	Valid
P4	0,447	0,201	Valid
P5	0,572	0,201	Valid
P6	0,618	0,201	Valid
P7	0,681	0,201	Valid
P8	0,625	0,201	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 30

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan dalam Instrumen Variabel Keberlangsungan UMKM (Y) nilai didapatkan dikatakan Valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung

degan r tabel, dan hasilnya r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya dikatakan valid

B. Uji Realibilitas

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Variabel Kehadiran Pasar Modern (X1)	0,704	0,60	Reliabel
Variabel Keberlangsungan UMKM (Y)	0,628	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 30

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik:

C. Uji Normalitas: Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar **0,200** atau lebih besar dari 0,05, sehingga data berdistribusi normal.

Tabel 4.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

				Unstandardize d Residual
N				95
Normal Parameters ^{a,b}		Mean		,0000000
		Std. Deviation		2,70052629
Most Differences	Extreme	Absolute		,060
		Positive		,050
		Negative		-,060
Test Statistic				,060
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				,200 ^d
Monte Carlo tailed) ^c	Sig. (2- Sig.			,540
		99%	Confidence Lower	,527
		Interval	Bound	
				Upper Bound ,553

Sumber: Data diolah SPSS 30

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

- d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Uji Heteroskedastisitas: Variabel Kehadiran Pasar Modern memiliki nilai signifikansi 0,309, yang lebih dari 0,05, menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	,256	1,876		,137
	Kehadiran Pasar Modern	,026	,025	,105	1,023
					,309

Sumber: Data diolah SPSS 30

Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Output uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yaitu variabel Kehadiran Pasar Modern memiliki nilai signifikansi 0,309. Dengan demikian nilai signifikansi dari variabel Kehadiran Pasar Modern lebih dari 0,05. Dimana nilai variabel independent dengan absolut lebih besar lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

D. Hasil Uji Hipotesis

Persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh adalah: $Y=10,880+0,280X$ Nilai koefisien regresi X (Kehadiran Pasar Modern) adalah **0,280**, yang berarti setiap kenaikan variabel Kehadiran Pasar Modern sebesar 1% maka Keberlangsungan UMKM naik sebesar 0,280.

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
					Sig.

1	(Constant)	10,880	3,195		3,405	,001
	Keberadaan Pasar Modern	,280	,043	,557	6,464	,001

Dependent Variable: Keberlangsungan UMKM

Sumber: Data diolah SPSS 30

Uji Parsial (Uji t): Nilai **t hitung** variabel pasar modern adalah **6,464**. Nilai ini **lebih besar** dibandingkan dengan nilai **t tabel** sebesar **1,985** (untuk df 94, taraf signifikan 5%). Selain itu, nilai signifikansi pada variabel pasar modern sebesar **0,001**, yang **lebih kecil dari 0,05**.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,880	3,195		3,405	,001
	Keberadaan Pasar Modern	,280	,043	,557	6,464	,001

Dependent Variable: Keberlangsungan UMKM

Sumber: Data diolah SPSS 30

Dengan demikian, **Hipotesis 1 (Ha) diterima**, yang menyatakan bahwa pasar modern berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keberlangsungan UMKM.

Uji Determinasi (R²): Nilai *R Square* sebesar **0,310**, yang menunjukkan bahwa variabel Kehadiran Pasar Modern berpengaruh terhadap variabel Keberlangsungan UMKM sebesar **55,7%** ($R = 0,557$). Sisanya sebesar 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

**Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,557 ^a	,310	,303	2,715

Predictors: (Constant), Keberadaan Pasar Modern

Sumber: Data diolah SPSS 30

E. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di Kelurahan Malawili, Kabupaten Sorong. Temuan ini sejalan dengan perspektif Teori Market Competition. Pasar modern yang memiliki modal besar dan strategi pemasaran yang kuat menempatkan UMKM dalam tekanan kompetitif yang tinggi. Selain itu, kurangnya regulasi dari pemerintah daerah dalam mengatur jarak antara minimarket dan ritel tradisional semakin memperburuk situasi ini (Megawati & Halim, 2023).

Data lapangan menunjukkan bahwa mayoritas responden UMKM menyatakan setuju bahwa kehadiran pasar modern menyebabkan penurunan jumlah pelanggan. Konsumen beralih ke ritel modern karena berbagai faktor, termasuk jam operasional yang lebih panjang, ketersediaan produk yang lebih banyak, harga stabil, dan sistem pembayaran non-tunai (Palilu, 2022).. Beberapa pelaku usaha bahkan mengalami penurunan omset harian hingga 40% dibandingkan sebelum pasar modern hadir. Meskipun pasar retail seperti Indomaret dan Alfamart berkembang, dampaknya belum secara langsung mempengaruhi pemasaran produk UMKM (Mukhlis & Nugroho, 2020)

Untuk bertahan, UMKM dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan, melakukan inovasi produk, serta menggunakan strategi pemasaran kreatif (Nurwafiyah, et al., 2024). Pemerintah daerah perlu merumuskan kebijakan yang adil, termasuk pengaturan zonasi pasar modern, perlindungan usaha lokal, dan penyediaan program pendampingan (pelatihan manajemen dan akses permodalan).

PENUTUP

Kehadiran pasar modern (Indomaret dan Alfamart) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keberlangsungan UMKM di Kelurahan Malawili, Kabupaten Sorong. Pengaruh ini menciptakan persaingan ketat karena pasar modern menarik konsumen melalui keunggulan harga, kenyamanan layanan, dan ketersediaan produk yang lebih luas. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan prinsip ekonomi mikro mengenai interaksi pasar. UMKM dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi, namun terdapat peluang melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan penguatan keunikan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Patta Rapanna. CV . Syakir Media Press. 1st ed. Makassar: CV . Syakir Media Press.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsociurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Ali, M., et al., (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd* 2(2). 1–6.
<https://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id/index.php/jpib/article/view/86>.
- Amin, N. F., et al., (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 14(1). 15–31.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>.
- Creswell, J. W., (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- Darma, B. (2021). *Statiska Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*. DKI Jakarta: Guepedia.
https://books.google.co.id/books/about/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U.html?id=acpLEAAQBAJ&redir_esc=y.
- Emzir, (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hamid, M., dkk. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama*. Sefa Bumi Persada. 1st ed. Banda Aceh.
<https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/5vpgu>.
- Hardani, H. A., dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Edited by Husnu Abadi. CV Pustaka Ilmu Group. 1st ed.” Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
https://www.researchgate.net/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif.
- Ifah, R., dkk., (2023). “UMKM Naik Kelas Pemberdayaan Ekonomi Skala Mikro.” Yogyakarta: Pustaka Pelajar, <https://eprints.uty.ac.id/13440/>.

- Indrasari, L. D. (2017). Analisis Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasar Modern (Studi Kasus Pada Indomaret Bandar Kediri). *Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri* 1(1). 47–51.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i1.71>.
- Janah, U. R. N., & Frances R. S. T. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM Terhadap Pendapatan Nasional Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 1(2). 739–46.
<https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, Pearson
- Lafaila, W., et al., (2022). Implementasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Meningkatkan Kompetensi Kinerja Karyawan Di Pt. Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9(2). 19–24.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.369>.
- Multifah, (2011). *Teori Ekonomi Mikro*, Malang: Universitas Brawijaya Press.
https://books.google.co.id/books?https://books.google.co.id/books?id=oS5qDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Naifah. (2021). *Evaluasi Pembelajaran Bahasa Arab*. Semarang: Southeast Asian Publishing
- Nilasari, A. P., et al., (2019). Strategi Pemberdayaan Dan Kontribusi UMKM Menghadapi Ekonomi Digital. Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers, 576–94.
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/download/2113/1177>.
- Nurwafiyah, A. H., et al., (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Indomaret: Studi Kasus Di Indomaret Cabang Pangkajene Sidenreng Rappang. *Journal Of Social Science Research Volumeas Islam Kalimantan* 4(4). 16660–68.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.15733>.
- Palilu, A. (20242). Analisis Dampak Hilirisasi Minimarket Alfamart Dan Indomaret Bagi Perekonomian Masyarakat dan Pasar Tradisional di Kota Sorong. *Jurnal Jendela Ilmu* 3(2). 46–51.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34124/ji.v3i2.124>.
- Panggabean, E. S. B. & Khomeiny A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Rasio Pasar Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan

- Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 7(1) 51–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n1.p51-65>.
- Prasasty, B. H. (2021). Kesenjangan Sosial Dan Ekonomi Antara Indomaret Dan Pedagang Kaki Lima Di Kota Samarinda. *Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora* 1(2). 62–69.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56393/antropocene.v1i2.1297>.
- PT. Alfamart. Sejarah. Dokumen Resmi Perusahaan. <https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/sejarah>. Diakses pada 1 Desember 2024.
- PT. Indomaret. Sejarah Indomaret. Dokumen Resmi Perusahaan. <https://www.indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi>. Diakses pada 26 November 2024.
- Purba, D. S., et al., (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi* 5(2). 202–8.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jkam.v5i2.15257>.
- Rodliyah, I. (2021). Pengantar Dasar Statistika Dilengkapi Analisis Dengan Bantuan Software SPSS. Edited by Sri Irawati. Jombang: LPPM UNHASY Tebuireng Jombang, 2021.
<https://eprints.unhasy.ac.id/312/5/4> Buku Referensi - Pengantar Dasar Statistika_compressed.pdf.
- Sabatiny, S. & Rita M. (2018). Perkembangan Pasar Tradisional Dan Keberadaan Pasar Modern Di Kota Palembang. *Jurnal Eksistensi* 7,(1). 1068–76.
<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/eksistensi/article/view/1945>.
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Tahta Media Group
<https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu/article/view/124>.
- Suflani, A. M. & Nugroho N. (2020). Analisis Keberadaan Pasar Retail Indomaret Dan Alfamart Terhadap Pemasaran Produk Hasil Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Pandeglang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 6(2). 86–90.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v6i2.597>.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi, dan Studi Kasus*. Bandung: Alfabeta
- Sukendra, I. K. & Kadek S. A. (2020). *Instrumen Penelitian*. Edited by Teddy Fiktorius. Crafty Oligarchs, Savvy Voters. Mahameru Press Desain. <https://doi.org/10.1017/9781108694247.012>.
- Suyadi, S. & Susie S. (2018), Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT* 29(1) 1–10. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>.
- Suyatno. (2010). Inovasi, Maket Orientation Dan Adertising Internal Audience Serta Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan. *Jurnal STIE Semarang* 2(1) 46–53. <https://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/256>.
- Syahputri, Addini Zahra.(2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2(1). 160–66. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/article/view/25>.