**PENGARUH MUNCULNYA ALFAMART TERHADAP PENDAPATAN TOKO-TOKO KECIL DI DESA PEMATANG PANJANG GAMBUT**

**Sery Fitry & Lisa Rosita**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin

Jl. A Yani Km. 5,5 Banjarmasin, Kalimantan Selatan

*e-mail*: [seryfitry09@gmail.com](mailto:seryfitry09@gmail.com)

Abstract: The purpose of this study is (1) To analyze the change in profits of small store stores after the appearance of Alfamart around a small grocery store, (2) To analyze changes in turnover of small store stores after the appearance of Alfamart around a small grocery store, (3) To analyze the shift in the number of buyers coming to the small store after the appearance of Alfamart around a small grocery store. To find out the impact that occurred on the small shop business, researchers used a qualitative approach with descriptive research methods. The subject of this research is the owner of a small shop business around Alfamart, while the variables are profit, turnover and number of buyers. Data collection techniques by observation, interview and documentation. The results of this study are small shops around Alfamart have decreased revenue but not all are negative, those who experience the most impact are retail traders while wholesalers do not experience too much impact. And the reduction in the number of buyers results in lower sales turnover and reduced sales profits.

**Keywords :** *Profit, Turnover, Number of Buyers*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis perubahan keuntungan keuntungan toko-toko kecil setelah munculnya Alfamart disekitar toko-toko kecil, (2) Untuk menganalisis perubahan omset toko-toko kecil setelah munculnya Alfamart di sekitar toko-toko kecil, (3) Untuk menganalisis perubahan jumlah pembeli yang datang ke toko-toko kecil setelah munculnya Alfamart di sekitar toko-toko kecil.Untuk mengetahui dampak yang terjadi pada usaha toko-toko kecil, peneliti menggunakan pendekatan kualitatiff dengan metode penelitian deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik usaha toko-toko kecil disekitar Alfamart, sedangkan variabelnya adalah keuntungan, omset dan jumlah pembeli. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah toko-toko kecil disekitar Alfamart mengalami penurunan pendapatan tapi tidak semua beranggapan negatif, yang banyak mengalami dampaknya adalah pedagang eceran sedangkan pedagang grosir tidak terlalu banyak mengalami dampaknya. Dan berkurangnya jumlah pembeli mengakibatkan menurunnya omset penjualan dan berkurangnya keuntungan penjualan, dengan demikian munculnya Alfamart memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan toko-toko kecil di sekitar Alfamart Pematang Gambut.

**Kata Kunci :** *Keuntungan, Omset, Jumlah Pembeli*

**Latar Belakang**

Sebagai tempat berbelanja toko-toko kecil merupakan salah satu tempat usaha kebutuhan barang pokok yang diminati banyak orang, karena jaraknya tidak terlalu jauh dari rumah dan sangat menguntungkan bagi para pemilik toko. Hasil yang mencukupi untuk kebutuhan hidup para pemilik membuat kualitas usaha toko kecil banyak diminati oleh sebagai salah satu usaha rumahan. Dengan usaha ini, pemilik bisa menyekolahkan anak, memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang lain, bahkan bisa menopang perekonomian dalam keluarganya.

Usaha ini tergolong usaha yang tidak begitu susah karena modal yang diperlukan tidak begitu banyak dan bisa dilakukan dirumah sendiri, oleh karena itu semakin banyak orang yang mendirikan usaha serupa dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan buat dirinya sendiri maupun keluarganya. Kebutuhan sehari-hari pun bisa tercukupi karena penghasilannya dibilang cukup lumayan, bahkan tidak sedikit dari pemilik toko tersebut bisa memberikan pendidikan kepada anaknya sampai jenjang yang lebih tinggi.

Namun sekarang ini, usaha toko kecil mulai tersingkirkan oleh toko-toko modern yang lebih besar seperti Alfamart. Keberadaan Alfamart membuat toko kecil banyak kehilangan pelanggan-pelanggannya. Keterbatassan yang dimiliki toko kecil tidak memungkinkan untuk bersaing secara baik dengan toko yang lebih besar. Fasilitas dan kualitas yang diberikan toko besar membuat konsumen lebih memilih untuk belanja ditempat tersebut seperti Alfamart maupun minimarket-minimarket sejenisnya yang mulai berkembang.

Saat ini hanya ada satu Alfamart disepanjang jalan Pematang Panjang Gambut, walaupun hanya ada satu tapi hal ini sangat menguntungkan konsumen, sebab konsumen tidak susah untuk mencari kebutuhan yang diinginkan. Pelayanan, kelengkapan barang dan kenyaman yang diberikan membuat konsumen lebih berminat untuk berbelanja di Alfamart. Lain halnya dengan toko-toko yang ada disekitarnya, pemilik toko merasa dirugikan dengan adanya Alfamart, karena keberadaannya membuat konsumen yang dulunya menjadi pelanggan toko-toko kecil pada beralih ke Alfamart yang ada disekitarnya. Dengan demikian berkurangnya konsumen yang berbelanja di toko-toko kecil, tentu ini juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan toko tersebut.

Toko-toko kecil yang barang dagangannya kurang lengkap ditambah pelayanan serta kenyamanan yang diberikan tidak sebaik dan sebagus Alfamart, membuat persaingan ini memberi dampak terhadap toko-toko kecil. Modal apa adanya, SDM yang sebagian besar berpendidikan rendah membuat toko-toko kecil tersebut semakin kalah bersaing dengan Alfamart. Masyarakat sekarang ini lebih mengutamakan kenyamanan dan pelayanan, tentu sudah mulai bosan dengan toko-toko kecil yang kurang memperhatikan kerapian dan juga kebersihan. Sehingga membuat konsumen lebih memilih Alfamart sebagai tempat yang nyaman untuk berbelanja.

Semakin lama tentu akan semakin banyak lagi bermunculan Alfamart yang lain, ini tentu akan membuat toko kecil semakin terpinggirkan dan kemungkinan untuk tutup itu sangat besar karena semakin berkurangnya konsumen yang berbelanja ditoko kecil tersebut. Dengan demikian pemilik toko kecil harus berusaha dengan semaksimal mungkin untuk mempertahankan usahanya agar tetap berjalan.

Dari latar belakang masalah tersebut diatas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Munculnya Alfamart Terhadap Pendapatan Toko-Toko Kecil di Desa Pematang Panjang Gambut.

Dari latar belakang tersebut, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat keuntungan toko-toko kecil tersebut dengan munculnya Alfamart disekitar toko-toko kecil?
2. Bagaimana tingkat pertumbuhan omset toko-toko kecil tersebut dengan munculnya Alfamart disekitar toko-toko kecil?
3. Apakah terdapat perubahan jumlah pembeli toko-toko kecil setelah munculnya Alfamart disekitar toko-toko kecil?

Dari hasil pengembangan, terdapat beberapa faktor yang menjelaskan bahwa ada banyak toko-toko kecil yang terkena dampak Alfamart. Pertama, faktor harga, dimana Alfamart banyak memberi potongan-potongan harga yang membuat harga barang tersebut relative lebih murah. Kedua, faktor fasilitas, dimana Alfamart memiliki fasilitas-fasilitas seperti AC dan Wifi gratis yang membuat konsumen merasa betah untuk berbelanja ditempat tersebut. Ketiga, faktor yang paling penting adalah pelayanan yang sangat bagus, misalnya: kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang yang diinginkan oleh konsumen (Suryadana, 2007).

Toko Tradisional (toko kecil) adalah sebuah toko yang menjual barang-barang kebutuhan pokok. Toko ini didirikan oleh satu orang sebagai usaha dirumah untuk membantu kebutuhan ekonomi keluarga. Usaha ini tergolong usaha yang tidak begitu susah karena modal yang diperlukan untuk mendirikannya tidak begitu banyak dan bisa dilakukan dirumah sendiri, sehingga semakin banyak orang yang mendirikan usaha serupa.

Toko Modern adalah sebuah toko yang menjual macam-macam barang kebutuhan pokok lengkap. Toko modern ini terletak ditempat yang strategis dan selalu ramai dikunjungi banyak konsumen. Toko modern ini menawarkan berbagai produk yang terjamin kualitasnya dan kuantitasnya. Tidak hanya itu, toko modern juga menawarkan promosi-promosi harga barang baru dan diskon-diskon yang menarik minat konsumen untuk berbelanja ditoko tersebut. Suasana penataan toko modern tergolong sangat baik yang tersusun rapi dan bersih. Toko modern memiliki tingkat pelayanan lebih baik dari toko-toko lainnya. Disamping itu toko modern mempunyai fasilitas-fasilitas yang membuat nyaman konsumen seperti AC dan Wifi gratis yang membuat konsumen betah belanja ditoko tersebut.

Minimarket adalah toko atau swalayan kecil yang menjual sebagian besar barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen yang menjadi tempat belanja favorit masyarakat yang ingin belanja ringan tapi tidak perlu lagi jauh seperti ke Supermarket. Pada era modern kini sudah mulai banyak tumbuh minimarket-minimarket modern yang sudah menyediakan fasilitas yang memadai guna memanjakan konsumennya. Berbeda dengan toko-toko kecil, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir.

Alfamart merupakan toko modern yang menjual berbagai macam barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Alfamart menjual berbagai produk dan jasa kepada para konsumen untuk keperluan konsumsi pribadi, tetapi bukan untuk keperluan bisnis dengan memberikan upaya terhadap penambahan nilai barang dan jasa tersebut. Alfamart mencoba untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan mencoba memenuhi kesesuaian barang-barang yang dimilikinya pada harga, tempat dan waktu yang diinginkan konsumen.

Manfaat Alfamart bagi konsumen

1. Memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari barang yang diinginkan.
2. Memberikan kepuasan bagi konsumen dari pelayanannya.
3. Memberikan kenyamanan pada konsumen dalam berbelanja.
4. Menyediakan berbagai macam barang kebutuhan sehari-sehari.
5. Memberikan diskon/potongan harga bagi konsumen.

Pendapatan yaitu pertambahan nilai aktiva yang membuat nilai modal jadi bertambah. Pendapatan terdiri atas dua jenis yaitu pendapatan usaha dan pendapatan diluar usaha. Pendapatan usaha diperoleh perusahaan dari kegiatan utama perusahaan tersebut. Misalnya pendapatan penjualan, baik produk maupun jasa. Sementara itu, pendapatan diluar usaha peroleh perusahaan dari kegiatan diluar usaha perusahaan, misalnya pendapatan sewa atau bunga.

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk/jasa kepada pelanggan menurut ilmu ekonomi adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang. Pendapatan berasal dari kata dasar “Dapat” menurut (KBBI:2014) pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pengertian pendapatan menurut kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu.

Menurut (Sukirno, 2010) pendapatan atau keuntungan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh pengusaha, setelah dikurangi oleh ongkos yang ada. Pendapatan merupakan suatu hasil yang diperoleh seseorang dari kegiatan usaha sebagai imbalan atas kegiatan yang dilakukan. Pendapatan bisa diartikan sebagai balas jasa yang dilakukan setiap pekerjaannya.

Menurut (Widyatama, 2015), pendapatan atau income dari seseorang warna masyarakat adalah suatu hasil penjualan dari output yang dihasilkan dalam suatu proses produksi. Pengertian pendapatan terdapat penafsiran yang berbeda-beda bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu.

Selisih antara pendapatan dengan biaya apabila pendapatan melebihi biaya maka hasilnya adalah laba bersih atau keuntungan (Rudianto, 2009) yang diperoleh pedagang kelontong, satuan untuk keuntungan ditetapkan dalam rupiah setiap bulannya. Sementara pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Besar kecilnya laba sebagai pengukur kenaikan sangat bergantung pada ketetapan pengukuran pendapatan dan biaya.

Dalam memulai usaha, pasti akan terbentur mengatur biaya produksi dan menetapkan harga jual. Sebelum menentukan harga jual kepada konsumen, harus menghitung betul apa saja biaya produksi yang ditanggung. Setelah menentukan biaya-biaya yang dikeluarkan, perlu menetapkan berapa harga jual ke konsumen. Menentukan harga jual akan mempengaruhi berapa banyak menikmati keuntungan dan mencapai balik modal.

Biaya produksi dan harga jual merupakan dua masalah ini sangat penting, harus mengkalkulasi sebelum memulai usaha. Dari sini bisa memproyeksikan dan mengelola laba atau keuntungan usaha yang diinginkan setiap bulan atau setiap tahun.

5 langkah menghitung keuntungan usaha:

a. Mengidentifikasi setiap item biaya produksi

Dalam tahapan ini anda harus mengidentifikasi item biaya produksi dengan detail dan menghitung catatan biaya dari tiap alur selama proses produksi.

Beberapa jenis biaya produksi yaitu:

1. Biaya tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap, tidak tergantung pada besar kecilnya kapasitas produksi, contohnya: biaya gaji karyawan, biaya sewa gedung dan biaya penyusutan.

2. Biaya variabel ( Variabel Cost)

Pengertian biaya secara luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang untuk mencapai suatu tujuan.

b. Menyusun laporan laba rugi

Unsur dalam menyusun laporan laba rugi adalah laporan yang menyajikan sumber pendapatan dan beban suatu perusahaan (dagang) selama periode akuntansi.

Untuk menghitung laba rugi perusahaan adalah:

Laba bersih= laba kotor – beban usaha

Pentingnya menyusun laporan ini agar perlu menerapkan berapa harga jual ke konsumen. Menentukan harga jual akan mempengaruhi berapa banyak menikmati keuntungan dan mencapai balik modal.

c. Menghitung semua biaya pembentuk harga pokok penjualan

Dalam menentukan harga jual yang pantas, pengusaha harus mengetahui harga pokok yaitu biaya untuk mendapatkan barang itu. Barang itu ditambah dengan biaya lain-lain serta keuntungan yang diharapkan, maka keluarlah harga jual. Pendekatan harga pokok produksi macam ini mengacu pada harga pokok penjualan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual.

d. Identifikasi saldo persediaan awal dengan saldo persediaan akhir

Dalam tahapan saldo awal ini perlu menghitung saldo awal persediaan bahan baku. Saldo awal perusahaan bahan baku merupakan total nilai persediaan bahan baku diawal periode yang dihitung (awal bulan untuk bulanan dan awal tahun untuk tahunan). Saldo awal periode yang dihitung sama dengan saldo akhir periode sebelumnya secara global, bisa dilihat di neraca, sedangkan perjenis bahan baku bisa dilihat di buku persediaan dan kartu stock. Cakupan bahan baku dalam hal ini termasuk: bahan penolong/pembantu/apapun namanya.

e. Menghitung penjualan bersih

Tahapan berikutnya dalam menghitung keuntungan usaha yaitu menghitung penjualan bersih. Penjualan didalam perusahaan dagang sebagai salah satu unsur dari pendapatan perusahaan. Penjualan bersih merupakan hasil penjualan bruto atau kotor sesudah dikurangi dengan berbagai potongan serta pengurangan lainnya yaitu total pendapatan penjualan dikurangi faktor pengurang seperti retur, lomisi dan diskon.

Omset penjualan adalah total barang dagangan yang terjual oleh pedagang kelontong setiap bulannya ataupun harinya (Hutabarat, 2009). Adapun pendekatan untuk mengetahui omset penjualan adalah dengan mengalikan jumlah barang yang terjual dengan harga. Satuan untuk omset penjualan ditetapkan dalam rupiah setiap harinya.

Omset adalah nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan. Omset bukan nilai keuntungan, juga bukan nilai kerugian. Nilai omset yang besar dengan nilai keuntungan yang kecil atau terjadi kerugian adalah bukti ketidakefisienan manajemen dan sebaliknya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi omset penjualan, menurut Swasta (1999:121) faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omset penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan, pada umumnya faktor internal adalah:

1. Kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan

2. Kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan

3. Kebijaksanaan untuk memilih perantara yang digunakan

b. Faktor Eksternal

Faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan pada umumnya adalah:

1. Perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional maupun internasional, perdagangan dan moneter.

2. Kebijakan pemerintah dibidang ekonomi, perdagangan dan moneter.

3. Suasana persaingan pasar.

Menurut Nitisemito (1994:196) faktor penyebab turunnya omset penjualan meliputi tiga faktor yaitu:

a. Faktor Intern

Yaitu turunnya omset penjualan dapat terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri yang dibagi kedalam beberapa bagian, antara lain:

1. Kualitas produk turun

2. Service yang diberikan bertambah jelek

3. Sering kosongnya persediaan barang

4. Penurunan komisi penjualan yang diberikan

5. Pengetatan terhadap piutang yang diberikan

6. Turunnya kegiatan salesman

7. Penurunan kegiatan sales promotion

8. Penetapan harga jual yang tinggi

b. Faktor Ekstern

Yaitu turunnya omset penjualan dapat terjadi diluar kekuasaan perusahaan itu sendiri, yang dibagi kedalam beberapa bagian:

1. Perubahan selera konsumen

2. Munculnya saingan baru

3. Munculnya barang pengganti

4. Pengaruh faktor psikologis

5. Perubahan/tindakan baru dalam kebijaksanaan pemerintah

6. Adanya tindakan dari pesaing

c. Faktor Intern dan Ekstern

Yaitu turunnya omset penjualan karena kesalahan perusahaan sekaligus sesuatu diluar kekuasaan perusahaan.

1. Promosi

Sebuah perusahaan yang benar-benar memiliki produk baru mungkin tidak harus melakukan apapun kecuali memberitahu konsumen tentang produk itu dan menunjukkan bahwa ia memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih baik dibandingkan dengan produk lain.

2. Distribusi

Dalam dunia bisnis, kata distribusi bukanlah perkataan yang asing bagi masyarakat, karena pada umumnya setiap aktivitas jual beli yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, biasanya telah melalui distribusi. Tanpa adanya distribusi maka akan sulit sekali untuk mendapatkan barang yang diinginkan dipasar karena harus langsung membelinya kepada produsen atau penghasil.

Jumlah pembeli adalah setiap orang atau konsumen yang datang ke toko kelontong dan membeli langsung barang di toko kelontong tersebut. Satuan untuk jumlah pembeli ditetapkan dalam banyaknya orang yang datang setiap harinya.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali maka dia disebut pengecer atau distrinutor.

Jika dilihat dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang dibedakan menjadi dua macam, yaitu perilaku konsumen rasional maupun perilaku konsumen irasional.

a. Perilaku Konsumen Rasional

Suatu konsumsi dapat dikatakan rasional jika memperhatikan hal-hal berikut:

1. Barang tersebut dapat memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.

2. Barang tersebut benar-benar diperlukan konsumen.

3. Mutu barang terjamin.

4. Harga sesuai dengan kemampuan konsumen.

b. Perilaku Konsumen Irasional

Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dapat dikatakan tiidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu, contohnya yaitu:

1. Tertarik dengan promosi atau iklan baik di media cetak maupun elektronik.

2. Memiliki merek yang sudah dikenal banyak konsumen.

3. Ada bursa obral atau bonus-bonus dan banjir diskon.

4. Prestise atau gengsi.

Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai pasar, dalam pasar persaingan sempurna juga dimisalkan bahwa jumlah pembeli adalah sangat banyak. Namun demikian dimisalkkan pula bahwa masing-masing pembeli tersebut mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan pasar, yaitu mereka mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan ke atas harga tersebut. Akibatnya para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku di pasar.

Jenis pasar dalam persaingan sempurna dengan jumlah penjual dan pembeli yang banyak dan produk yang dijual bersifat homogen. Persaingan akan terjadi apabila penjual dan pembeli dalam jumlah besar mengadakan saling hubungan secara aktif dengan maksud memaksimumkan keuntungan dan kepuasan atas dasar harga-harga yang ditentukan oleh penawaran dan permintaan. Jumlah penjual dan pembeli banyak, walaupun demikian dalam kenyataan kondisi ideal ini sangat sulit untuk diwujudkan, yang ada hanya ciri-ciri pasar yang mendekati sempurna.

**Metode Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan adalah bersifat deskriptif kualitatif dengan mendiskripsikan tentang munculnya Alfamart terhadap pedagang kecil disekitarnya. Dalam pengujian ini melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dalam pengumpulan data.

Dalam penelitian ini populasi sebanyak 15 orang, sedangkan kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah pemilik toko-toko kecil disekitar Alfamart Pematang Gambut.

Variabel dalam penelitian ini adalah Keuntungan, Omset Penjualan dan Jumlah Pembeli. Subjek yang diteliti adalah pemilik toko-toko kecil disekitar Alfamart Pematang Gambut.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana variavel-variabel dalam penelitian diukur.

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Judul penelitian/Nama peneliti/Tahun | Variabel Penelitian | Alat Analisis | Hasil Penelitian |
| 1 | Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya (Studi Kasus: Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)/Reza Haditya Raharjo/2015 | -Keuntungan  -Omset Penjualan  -Jumlah Pengunjung Toko  -Jam Buka Usaha | -Uji Validitas  -Uji Reabilitas  -Uji Beda (Paired Sample t-test) | Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang disebar kepada 15 responden valid dan reliabel. Pada hasil uji beda berpasangan dari 90 responden berdasarkan 3 kecamatan yang diteliti bahwa tingkat signifikan yang menunjukkan <0,05 artinya terdapat dampak yang cukup signifikan, yaitu adanya perubahan tingkat omset, keuntungan, jumlah pembeli, dan jam buka toko akibat dari munculnya minimarket modern disekitar tempat berdirinya toko kelontong. |
| 2 | Dampak Negatif Adanya Alfamart Dan Indomaret Terhadap Toko Sanjaya Di Jalan MT.Haryono No.196 Diyono/Didik Ahyani, Viki Andriawan, Dani As’ari/2010 | -Penjualan  -Pendapatan | -Observasi  -Wawancara  -Dokumen | Dari hasil pengamatan, telah diketahui kelemahan dari toko Sanjaya pada fasilitas, pelayanan dan jenis-jenis produk yang dijualnya, sehingga hal tersebut mempengaruhi tingkat permintaan konsumen serta mempengaruhi pendapatan toko Sanjaya. Pengaruh ini dapat mengakibatkan kerugian pada toko Sanjaya karena kehilangan konsumen-konsumennya dan sulit untuk mengembangkan usahanya. |
| 3 | Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong Di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo/Much.Nashiruddin/2012 | -Pendapatan | -Wawancara  -Observasi  -Dokumentasi | Mengenai dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong dipasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo bahwa adanya dampak negatif bagi pedagang yaitu mayoritas pedagang kelontong menyatakan penurunan pendapatan setelah adanya Indomaret hal tersebut terbukti dengan jumlah komoditas barang yang dibeli semakin menurun. |

Toko Kecil

Dampak Setelah Munculnya Alfamart Terhadap Toko-Toko Kecil

Pendapatan

Keuntungan

Omset

Jumlah Pembeli

**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Berikut adalah definisi operasional dari variabel yang akan diteliti, yaitu:

- Keuntungan

Selisih antara pendapatan dengan biaya apabila pendapatan melebihi biaya maka hasilnya adalah laba bersih atau keuntungan (Rudianto, 2009) yang diperoleh pedagang kelontong. Satuan untuk keuntungan ditetapkan dalam rupiah setiap bulannya.

- Omset Penjualan

Omset penjualan adalah total barang dagangan yang terjual oleh pedagang kelontong setiap bulan atau pun harinya (Hutabarat, 2009). Adapun pendekatan untuk mengetahui omset penjualan adalah dengan mengalikan jumlah barang yang terjual dengan harga. Satuan untuk omset penjualan ditetapkan dalam rupiah setiap harinya.

- Jumlah Pembeli

Jumlah pembeli adalah setiap orang atau konsumen yang datang ke toko kelontong dan membeli langsung barang di toko kelontong tersebut. Satuan untuk jumlah pembeli ditetapkan dalam banyaknya orang yang datang setiap harinya..

Study Kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca literatur-literatur untuk mengetahui lebih mendalam mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini.

Riset Lapangan, yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan pada objek penelitian melalui:

a. Observasi yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.

b. Interview yaitu wawancara langsung terhadap orang-orang yang terkait dan berwenang dalam organisasi yang diteliti.

c. Dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui dokumentasi yang ada pada objek penelitian.

**Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Didirikan pada tanggal 22 Februari 1989 oleh Djoko Susanto, PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Alfamart/Perseroan) selama 20 tahun tetap setia melayani berjuta keluarga Indonesia dengan menyediakan kebutuhan sehari-hari yang berkualitas namun dengan harga yang terjangkau. Dari sudut pandang industri bidang usaha minimarket mampu bertahan ditengah-tengah ketidakpastian ekonomi, seperti resesi.

Penelitian ini dilakukan di Desa Pematang Panjang KM.1 Kecamatan Gambut. Sebanyak 15 pemilik toko-toko kecil yang diwawancara, yang mana lokasi tokonya berada persis disekitar Alfamart Pematang Gambut.

Pedagang eceran dan grosir di Desa Pematang Panjang umumnya hanya bersaing dengan pedagang eceran dan grosir lainnya saat sebelum adanya Alfamart dan hal ini tidak begitu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Pendapatan pedagang merupakan pendapatan per hari yang dihasilkan oleh pedagang yang terbilang cukup stabil bahkan mengalami peningkatan, kebutuhan sehari-hari pun tercukupi karena terbilang lumayan, bahkan tidak sedikit dari pemilik toko eceran dan grosir bisa memberikan pendidikan pada anaknya sampai ke jenjang perguruan tinggi dan dapat menopang perekonomian dalam keluarga untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan hidup.

Peneliti akui banyak nya jumlah pedagang eceran di Desa Pematang Panjang Gambut akan tetapi hal ini tidak menyurutkan usaha para pedagang eceran walaupun banyaknya saingan, kalaupun berpengaruh tidak terlalu berdampak bagi para pedagang. Namun sekarang ini, para pedagang cukup merasakan dampak secara langsung dari Alfamart, dan dengan keterbatasan yang dimiliki oleh toko eceran tidak memungkinkan untuk bisa bersaing secara baik, yang ada pedagang eceran tersingkir.

Awalnya toko-toko eceran yang ada pun dahulu mengalami perkembangan dengan baik, memiliki pelanggan tetap, namun adanya perubahan gaya hidup seperti pandangan konsumen terhadap minimarket adalah sebagai tempat yang nyaman, harga terjangkau sudah terlihat jelas. Dan tidak perlu bertanya berulang kali mengenai harga dan fasilitas yang memadai untuk berbelanja, dari pada di toko eceran. Kita mengetahui bahwa masyarakat merasa lebih puas jika berbelanja ke minimarket seperti Alfamart dan mungkin lebih mudah terjangkau.

Banyak diantaranya yang mengeluh akibat berkurangnya konsumen yang berbelanja di tokonya yang mengakibatkan berkurangnya pendapatan mereka. Jadi hendaknya para pedagang eceran dan grosir henddaknya lebih memperhatikan pelayanan dan barang-barang yang tersusun rapi sehingga para pelanggan tidak akan mungkin berpaling untuk berbelanja ke Alfamart dan mengingat begitu banyak hal yang ditawarkan oleh minimarket seperti halnya harga yang sudah pasti, sistem swalayan, adanya AC dan konsumen bisa berbelanja dengan pembayaran non tunai, juga sering melakukan promo atau diskon yang menambah ketertarikan konsumen.

Jumlah pelanggan sangat mempengaruhi keuntungan seorang pedagang eceran setelah adanya Alfamart, pedagang merasa dirugikan karena pelanggan mereka banyak yang beralih ke Alfamart. Hal ini ditujukkan oleh berkurangnya daya beli konsumen dan penurunan pendapatan tiap harinya, tapi ada juga beberapa pedagang yang tidak berdampak negatif tapi tetap mengalami penurunan omset pada usaha mereka. Agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan pedagang sebagai berikut:

* **Apakah bapak atau ibu setuju dengan adanya Alfamart di kampung ini?**

Ada yang mengatakan setuju dan ada yang mengatakan tidak setuju, tapi kebanyakannya kurang setuju karena mereka anggap Alfamart lebih memadai dari segi fasilitas dan tempat. Tapi bagi yang setuju mereka mengatakan itu sah-sah saja karena sudah temasuk bagian dari perkembangan zaman. Para pedagang meyakini rezeki akan datang pada masing-masing usaha yang dilakukan.

* **Apakah jumlah pembeli di toko bapak atau ibu mengalami pengurangan setelah adanya Alfamart?**

Ada yang mengatakan banyak pengurangan dan ada yang mengatakan pasti ada pengurangan. Terlebih disekitar Alfamart banyak sekali komplek atau perumahan-perumahan, yang mana mereka lebih memilih untuk berbelanja di Alfamart karena dari segi fasilitas yang rapi dan juga kenyamanan yang memadai. Jadi rata-rata dari mereka bisa megetahui atau hafal mana-mana saja pelanggan mereka sebelumnya yang sering berbelanja sebelum adanya Alfamart. Bagi yang grosir katanya masih banyak yang datang ke toko mereka untuk berbelanja banyak, beda dengan eceran yang belanjanya hanya sedikit atau seperlunya saja.

* **Apakah toko bapak atau ibu ada penurunan omset setelah adanya Alfamart?**

Mereka mengatakan menurun ya sudah pasti, karena Alfamart sering melakukan promo-promo atau diskon yang menyebabkan pelanggan banyak beli di Alfamart. Tapi ada seperti rokok yang masih ramai pelanggan karena di toko kecil masih bisa melayani penjualan dengan beli per batang, beda dengan di Alfamart yang membelinya harus sebungkus. Tapi bagi yang grosir, mereka mengatakan promosi potongan harga yang dilakukan Alfamart tidak terlalu berpengaruh karena ada juga grosir yang bisa menyamai harganya yang murah.

* **Apakah toko bapak atau ibu ada penurunan keuntungan setelah Alfamart melakuan promo-promo?**

Bagi yang eceran memang sedang mengalami penurunan karena tidak bisa menyamai harga di Alfamart, tapi bagi yang grosir bagi mereka tidak berpengaruh karena barang-barang yang mereka jual adalah harga grosir yang mampu menyamai harga di Alfamart, jadi bisa dibilang pendapatan dan keuntungan masih sama. Ada juga yang mengatakan bonus promo di Alfamart tidak begitu berpengaruh bagi mereka karena masanya tidak lama hanya sebentar jadi toko mereka tidak perlu melakukan promo-promo juga.

Dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan kendala, yang awalnya ingin melakukan penelitian Kuantitatif akhirnya berpindah menjadi Kualitatif. Itu karena ada beberapa orang yang lumayan susah untuk dimintai keterangan dan juga ada beberapa yang tidak mau mengisi kuesioner. Tapi ada juga beberapa orang yang begitu mudah dimintai wawancara, itu karena pemilik toko adalah teman-teman dari orangtua si peneliti.

**Kesimpulan**

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Toko-toko kecil disekitar Alfamart mengalami penurunan pendapatan tapi tidak semua beranggapan negatif, yang banyak mengalami dampaknya adalah pedagang eceran sedangkan pedagang grosir tidak terlalu banyak mengalami dampaknya.
2. Berkurangnya jumlah pembeli mengakibatkan menurunnya omset penjualan dan berkurangnya keuntungan penjualan, dengan demikian munculnya Alfamart memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan toko-toko kecil di sekitar Alfamart Pematang Gambut.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Kepada para pedagang eceran dan grosir seharusnya jauh sebelum adanya Alfamart sudah berfikir untuk membuat inovasi baru, dengan memberikan pelayanan, kenyamanan juga fasilitas sama yang memadai.
2. Untuk lebih mementingkan kualitas dan keberagaman kelengkapan barang yang dijual, menjaga kebersihan, harga yang terjangkau murah, juga bersikap ramah agar konsumen tertarik dan lebih nyaman berbelanja.

**DAFTAR PUSTAKA**

Nashiruddin Much. 2012. *Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo.* Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Novita Cahaya. 2018. *Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran dan Grosir di Desa Hessa Air Genting Kecamatan Air Batu Kabupaten Asahan.* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Purnomo. 2017. *Dampak Ekonomi Pendirian Alfamart Terhadap Toko Kecil di Kota Palangkaraya.* Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.

Purwa Aditya Hardian Yossi. 2018. *Pengaruh Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional.* Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Raharjo Reza Haditya. 2015. *Analisa Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya.* Universitas Diponogoro.

<https://badriyadi.wordpress.com/penelitian-ekonomi-2/dampak-negatif-adanya-alfamart-dan-indomaret/>