

Dampak Persaingan Ritel Modern Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Banda Aceh: Analisis Review Alfamart dan Indomaret

Isnaliana¹, Abrar Amri²

¹Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

²Universitas Teuku Umar Meulaboh

Email: isnaliana@ar-raniry.ac.id, Email: abraramri@utu.ac.id

ABSTRACT

The proliferation of modern retail businesses has become a dilemma for the performance and sustainability of MSMEs in the city of Banda Aceh. This study aims to identify and analyze the impact of modern retail competition, especially Alfamart and Indomaret, on the performance and sustainability of MSMEs. This type of research is qualitative with the approach used is literature study with secondary data sources. This research was carried out by searching, collecting and analyzing data sources from various sources, both from the media and relevant scientific works. The research results show that the decline in MSME turnover, loss of jobs, decline in the local economy, and dependence on modern retail are the impacts of Alfamart and Indomaret competition on the performance and sustainability of MSMEs in Banda Aceh City. This study contributes to helping develop a new model or framework to theoretically analyze the impact of modern retail competition on MSMEs. Meanwhile, in practice, this study can help local governments, MSMEs and other stakeholders to better understand the problems faced by MSMEs due to competition with modern retail.

keywords: MSMEs, Modern Retail, Performance

A B S T R A K

Menjamurnya bisnis ritel modern menjadi dilematika bagi kinerja dan keberlangsungan UMKM di kota Banda Aceh. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak persaingan ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM. Jenis penelitian ini kualitatif dengan pendekatan yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan sumber data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan, dan menganalisis sumber data dari berbagai sumber baik itu dari media maupun karya ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan penurunan omset UMKM, hilangnya lapangan kerja, kemunduran ekonomi local, dan ketergantungan pada ritel modern merupakan dampak dari persaingan Alfamart dan Indomaret bagi kinerja dan keberlangsungan UMKM di Kota Banda Aceh. Kajian ini berkontribusi dalam membantu mengembangkan model atau kerangka kerja baru untuk menganalisis dampak persaingan ritel modern terhadap UMKM secara teori. Sedangkankan secara praktik kajian ini dapat membantu pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memahami secara lebih baik permasalahan yang dihadapi oleh UMKM akibat persaingan dengan ritel modern.

KATA KUNCI: UMKM, Ritel Modern, Kinerja

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan pemberdayaan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian pasca krisis moneter pada tahun 1997 di Indonesia (Munthe et al.,2023). Alfarizi (2023) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah berperan sebagai tulang punggung ekonomi yang kokoh dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan ketahanan Negara. Sektor ini sangat penting karena kontribusinya yang besar dalam banyak aspek salah satunya Produk Domestik Bruto (PDB). Menilik pada PDB, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% dan menjadikannya pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja bagi 120 juta orang serta sumber penyerapan tenaga kerja terbesar.

Yolanda (2024) menyebutkan bahwa peran UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia sangat penting karena mengidentifikasi potensi dan hambatan mereka serta merumuskan kebijakan dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing. Pun demikian dengan Aceh, kehadiran sector UMKM di daerah ini juga telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi daerah khususnya Banda Aceh sebagai pusat kota. Secara data, Banda Aceh termasuk salah salah daerah dan ibu kota dengan jumlah UMKM terbanyak di Aceh. Sector UMKM ini didominasi oleh usaha mikro dan kecil. Tingginya angka ini harapannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dari berbagai aspek di Kota Banda Aceh. Namun faktanya menjamurnya bisnis ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret di setiap daerah dengan jumlah dan jarak satu sama lainnya secara berdekatan menuai pro kontra di tengah masyarakat. Berikut data UMKM Per 31 Agustus 2024 di Kota Banda Aceh.

Gambar 1. Data UMKM di Kota Banda Aceh Per 31 Agustus 2024



Sumber: Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan (2024)

Munculnya Alfamart dan Indomaret telah menghambat pertumbuhan UMKM khususnya pelaku usaha pada skala mikro dan kecil di Banda Aceh, sehingga kondisi ini berdampak pada persaingan tidak seimbang, karena secara skala ekonomi ritel modern umumnya memiliki skala ekonomi yang lebih besar, memungkinkan mereka untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif dan berbagai produk yang lebih luas. Menilik pada modal, ritel modern didukung oleh modal yang lebih besar, sehingga dapat melakukan promosi yang lebih gencar dan investasi dalam teknologi. Pun dengan cara suplai barang, dimana ritel modern seringkali memiliki jaringan suplai yang lebih kuat, sehingga dapat menjamin ketersediaan barang secara konsisten. Tentu kondisi ini menimbulkan dilematika bagi UMKM di Kota Banda Aceh dalam bersaing.

Kurangnya Daya Saing UMKM dari berbagai aspek juga menjadi dilema bagi UMKM lokal, seperti keterbatasan modal, UMKM seringkali memiliki kendala dalam hal modal untuk pengembangan usaha, pemasaran, dan inovasi. Meskipun tersedia lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank di kota Banda Aceh, namun terbatasnya akses UMKM menjadi problematika juga dalam pelaksanaannya. Kemudian ditambah lagi dengan rendahnya keterampilan manajemen, tidak semua pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan keterampilan manajemen yang memadai untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Sehingga kondisi ini menyulitkan pelaku usaha untuk bersaing dengan bisnis ritel modern. Selanjutnya terkendala juga oleh akses informasi, selama ini UMKM kesulitan mengakses informasi mengenai tren pasar, teknologi baru, dan peluang bisnis. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh beberapa pelaku UMKM Binaan Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam acara Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing, bahwa selama ini mereka kesulitan dalam mentransformasikan bisnis berbasis digital. Pelaku usaha juga kesulitan dalam memanfaatkan platform-platform digital yang ada untuk kepentingan bisnis, karena tidak ada perangkat hardware yang mendukung dan memadai.

Kelemahan implementasi regulasi juga menjadi problematika dalam melindungi UMKM di kota Banda Aceh, hal ini dapat dilihat dari penerapan aturan yang tidak konsisten. Peraturan daerah yang bertujuan melindungi UMKM tidak diterapkan secara konsisten oleh pemerintah daerah. Karena pemerintah hanya memprioritaskan pendapatan dari bisnis ritel modern yang lumayan besar ketimbang dengan melindungi UMKM lokal. Begitu pun dengan lemahnya pengawasan pemerintah daerah, pengawasan terhadap pelanggaran peraturan oleh ritel modern tidak efektif. Hal ini dapat dilihat dengan semakin hari yang semakin meningkat jumlah ritel modern berdiri yang hampir berdekatan satu sama lainnya.

Perubahan perilaku konsumsi juga menjadi dilema, karena hampir rata-rata konsumen dari semua kalangan memilih berbelanja di tempat yang memberikan kenyamanan bagi mereka. Jika dilihat tren belanja sekarang, konsumen modern cenderung memilih kemudahan dan kenyamanan berbelanja di ritel modern. Selain itu, harga yang lebih murah menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar konsumen ditambah lagi dengan adanya pemberian-pemberian diskon di waktu-waktu tertentu. Terakhir adalah variasi Produk, konsumen menginginkan berbagai pilihan produk yang lebih lengkap. Tentunya itu mampu dipenuhi oleh bisnis ritel modern yang ada di Banda Aceh.

Muhzinat dan Achiria (2019) menyebutkan pertumbuhan Alfamart dan Indomaret memunculkan kekhawatiran banyak pihak akan melemahkan daya tahan usaha menengah, kecil dan mikro yang berada di sekitarnya. Termasuk di daerah Kabupaten Lombok Timur. Kekhawatiran ini pada dasarnya cukup logis dan juga empiris, karena dua ritel modern dimaksud telah memiliki citra positif di Indonesia dalam perspektif ekonomi pasar dan perilaku konsumen. Menurut Sopiah dan Syihabudin (2008: 89) ritel serta *retailing* merupakan penjualan produk barang maupun jasa kepada konsumen akhir. Retailing memiliki arti atau makna serupa dengan istilah perdagangan eceran. Melalui perdagangan eceran (pengecer) produsen mendapatkan informasi yang detail dan berharga tentang barang atau jasa yang diproduksi. Konteks sosiologi ekonomi, di dalam institusi ekonomi pasar merupakan salah satu lembaga paling vital yang mampu menggerakkan kehidupan ekonomi suatu masyarakat.

Melihat berbagai dilematika UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis terutama dengan hadirnya ritel modern di kota Banda Aceh tentu harus menjadi perhatian kita bersama untuk melindungi eksistensi UMKM lokal, maka kajian ini perlu dikaji lebih mendalam melalui riset untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak keberadaan ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Banda Aceh. Harapannya kajian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan dinas terkait dalam upaya melindungi eksistensi UMKM sebagai penggerak sector ekonomi serta membangun pemahaman dan kepercayaan antara pihak pemerintah daerah dengan pelaku ekonomi dan segenap masyarakat.

2. TINJAUAN TEORITIS

Teori Dampak Ekonomi

Gerald A. Cohen (2011) menyebutkan bahwa dampak ekonomi dijelaskan sebagai akibat dari suatu perubahan yang terjadi di lingkungan. Dampak tersebut membawa pengaruh terhadap kelangsungan ekonomi, dan mempengaruhi tingkat pendapatan. Dari makna tersebut mengindikasikan bahwa dampak secara sederhana bisa berarti sebagai pengaruh atau akibat. Dalam pengaruh tersebut mempunyai dampak positif maupun negative. Dalam redaksi yang lain, Gorys Kerap dalam Otto Soemarwoto (1998:35) mendefinisikan dampak sebagai sebuah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang dalam melakukan tugas dalam kedudukannya. Pengaruh yang besar dan kuat ini nantinya akan membawa perubahan, baik itu perubahan kearah yang positif ataupun kearah yang negative. Ia menguraikannya yaitu:

1. Dampak positif

Dampak positif adalah sebuah perubahan yang terjadi pada posisi yang positif atau baik dari sebuah tindakan. Dampak ini bisa disebut sebagai dampak yang menguntungkan bagi pihak-pihak yang masuk dalam sebuah lingkaran perubahan.

2. Dampak negative

Dampak negative adalah sebuah pengaruh yang dihasilkan dari sebuah tindakan, pengaruh ini mengarah pada kondisi negative atau bisa disebut dengan pengaruh yang merugikan atau memperburuk keadaan.

Styner (2013) mengemukakan bahwa dampak ekonomi adalah pengaruh yang kuat terhadap kegiatan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak tersebut mempengaruhi setiap sisi perekonomian baik dari segi penjualan, pendapatan, kenaikan harga dan permintaan barang. Ia mengelompokkan dampak ekonomi dalam tiga indikator yaitu:

1. Direct effect

Direct effect adalah suatu pengaruh yang berdampak pada sistem perekonomian secara langsung baik bersifat positif ataupun negative, efek langsung tersebut meliputi penjualan, kesempatan kerja, dan tingkat pendapatan.

2. Indirect effect

Indirect effect adalah suatu perubahan yang terjadi dalam perekonomian yang imbasnya pada kestabilan pasar, efek tidak langsung meliputi perubahan tingkat harga, perubahan mutu dan jumlah barang dan jasa serta perubahan dalam penyediaan property.

3. Induced effect

Induced effect adalah perubahan yang terjadi karena belanja rumah tangga dari penghasilan yang diperoleh baik langsung maupun tidak langsung, efek yang diinduksi meliputi pengeluaran rumah tangga dan peningkatan pendapatan.

Ritel Modern

Kata "ritel" yang kita kenal sehari-hari berasal dari bahasa Perancis "*ritellie*" yang memiliki arti "memotong" atau "memecah". Dalam dunia bisnis, ritel merujuk pada proses pembagian produk dari skala besar menjadi satuan-satuan kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen secara individual (Utami, 2010). Sunyoto (2015:1) menyebutkan *retailing* merupakan semua aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan. Sedangkan *retailer* adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualannya dari *retailing*. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Menurut Purnomo et al (2013) ritel di Indonesia terbagi menjadi dua jenis utama yaitu tradisional dan modern. Ritel tradisional, seperti pasar dan warung, umumnya memiliki skala kecil, manajemen sederhana, dan fasilitas terbatas. Sebaliknya, ritel modern seperti supermarket dan minimarket, menawarkan pengalaman belanja yang lebih modern dengan teknologi canggih, pilihan produk yang luas, dan berbagai program promosi. Kotler (2016:552) dalam karyanya membagi jenis-jenis pengecer toko utama dapat dibedakan yaitu:

1. Khusus (*Specialy Store*), yaitu toko yang menjual lini produk yang sempit dengan ragam pilihan yang dalam, seperti toko pakaian, toko alat-alat olah raga, toko bunga dan toko buku. Contohnya adalah The Limited dan The Body Shop.
2. Toko Serba Ada (*Departement Store*), yaitu toko yang menjual beberapa lini produk (biasanya pakaian dan perlengkapan rumah tangga), dan tiap lini produk tersebut beroperasi sebagai department tersendiri yang dikelola oleh pembeli spesialis atau pedagang khusus. Contohnya adalah JCPenney dan Bloomingdale's.
3. Pasar swalayan (Supermarket), yaitu toko dimana usaha/operasi penjualan yang dilakukan relatif besar, berbiaya rendah, bermargin rendah, bervolume tinggi, swalayan, yang dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti makanan, pencucian dan produk perawatan rumah tangga. Contohnya adalah Kroger dan Safeway.
4. Toko Kelontong, kebutuhan sehari-hari (*Convinience Store*), yaitu toko yang relatif kecil dan terletak didaerah pemukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu, dan menjual lini produk bahan yang terbatas dengan tingkat perputaran tinggi. Contohnya adalah 7-Eleven dan Circle K.

5. Toko Diskon (*Discount store*), yaitu toko yang menjual barang-barang standar dengan harga lebih murah karena mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume tinggi. Contohnya adalah Walmart dan Kmart.
6. Pengecer Potongan Harga (*Off-Price Retailer*), yaitu toko dimana membeli dengan harga yang lebih rendah daripada harga pedagang besar dan menetapkan harga untuk konsumen lebih rendah daripada harga eceran. Seiring merupakan barang sisa, berlebih dan tidak regular, yang diperoleh dengan harga lebih rendah dari produsen atau pengecer lain.

Kotler dalam Ismail (2020) menyebutkan bisnis ritel adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Dengan demikian ritel adalah kegiatan terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Pada dasarnya, tujuan bisnis ritel adalah memudahkan pelanggan untuk membeli produk dengan menyediakan persediaan yang cukup dan dikemas dalam ukuran lebih kecil. Pedagang ritel mengumpulkan berbagai jenis barang dan jasa yang beragam memungkinkan para konsumen dapat memilih dan membeli berbagai variasi produk dengan jumlah yang mereka inginkan. Ada empat fungsi utama pedagang ritel menurut Kotler dalam Ismail (2020) yaitu:

1. Perantara antara distributor dengan konsumen akhir.
2. Penghimpun berbagai kategori jenis barang yang menjadi kebutuhan konsumen.
3. Tempat rujukan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan konsumen.
4. Penentu eksistensi barang dari manufaktur di pasar konsumen.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Hariyani dalam Yolanda (2024) menyebutkan bahwa UU No. 20 Tahun 2008 secara jelas membedakan usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro adalah usaha yang dimiliki perorangan atau badan usaha tunggal dengan skala yang paling kecil. Usaha kecil dan usaha menengah juga merupakan usaha mandiri, namun memiliki skala yang lebih besar dibandingkan usaha mikro. Perbedaan utama antara ketiga jenis usaha ini terletak pada jumlah aset, omzet tahunan, dan jumlah karyawan. Adapun usaha yang bisa dikategorikan sebagai UMKM menurut regulasi tersebut ada tiga kriteria yaitu: 1) Usaha mikro, jika aset usaha maksimal Rp50juta, serta omsetnya maksimal Rp300 juta dalam setahun. 2) Usaha kecil, jika aset usaha lebih dari Rp 50 juta, namun kirang dari Rp500 juta. Sementara, omsetnya lebih dari Rp300 juta per tahun, namun kurang dari Rp 2,5 miliar. 3) Usaha menengah, jika aset usaha lebih dari Rp500, namun kurang dari Rp10 miliar. Sementara itu, omsetnya di atas Rp2,5 miliar per tahun, namun di bawah Rp50 miliar.

Menurut Evi Sirait dkk (2024), UMKM umumnya memiliki karakteristik sebagai berikut: 1) Jenis hasil pertanian yang ditaman tidak tetap dan dapat berubah sewaktu-waktu. 2) Tempat lokasi dapat berubah sewaktu-waktu. 3) Mereka tidak pernah melakukan tugas administratif dalam menjalankan usaha dan seringkali tidak mampu membedakan antara kebutuhan finansial pribadi dan kebutuhan finansial usaha. 4) Bagian Sumber Daya Manusia (SDM) kurang berjiwa wirausaha. 5) Biasanya tingkat pendidikan sumber daya manusia masih rendah. 6) Badan UMKM pada umumnya belum memiliki jaringan perbankan, meskipun ada pula yang sudah memiliki jaringan dengan lembaga keuangan non bank.

3. METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kepustakaan. Sedangkan sumber data yang digunakan yaitu data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan, dan menganalisis sumber data dari berbagai sumber baik itu dari media maupun karya ilmiah yang relevan. Selain itu data juga dikumpulkan dengan cara metode dokumentasi dari berbagai sumber laporan yang berasal dari Dinas Koperasi dan UKM, dan Peraturan Pemerintah. Teknik analisis dilakukan yaitu pertama, data dikumpulkan baik melalui media massa maupun penelitian terkait. Kedua, data yang telah dikumpulkan di sesuaikan dengan fenomena di lapangan dan relevansinya dengan aturan pemerintah terkait dengan pengaturan bisnis ritel di kota Banda Aceh. Dan ketiga yaitu penarikan kesimpulan yang dideskripsikan dalam bentuk uraian dan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak ekonomi secara konseptual-operasional seperti yang telah diuraikan pada bagian teori baik itu *direct effect*, *indirect effect* maupun *induced effect*. Makna dampak ekonomi juga diuraikan oleh Cohen dalam Agustina dan Octaviani (2016:155) yang sangat spesifik dalam konteks ritel modern menjadi tiga sisi yaitu: (1) dampak terhadap pendapatan dalam rangka mencermati perolehan hasil kegiatan berdagang sebelum adanya ritel modern dan sesudah adanya ritel moden; (2) dampak terhadap aktivitas ekonomi, yaitu terjadi perubahan-perubahan aktivitas ekonomi yang dilakukan para pelaku ekonomi diantara produsen, distributor dan konsumen; (3) dampak terhadap pengeluaran, yaitu besarnya biaya yang dikeluarkan dengan adanya perubahan dari akibat yang ditimbulkan oleh maraknya pembangunan ritel modern. Tiga sisi ini ternyata juga berimplikasi pada kinerja dan keberlangsungan UMKM akibat persaingan ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret di Kota Banda Aceh.

Berikut merupakan beberapa dampak keberadaan ritel modern terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Banda Aceh yaitu: Pertama, penurunan omset UMKM. Banyak UMKM mengalami penurunan omset bahkan hingga penutupan usaha. Hal ini terlihat dari banyaknya usaha-usaha mikro yang berdekatan dengan ritel modern tersebut terpaksa ditutup bahkan ada juga tempat usaha yang ditutup di jadikan lahan bisnis bagi usaha ritel tersebut. Berdasarkan survei Data Indeks BRI, Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menyatakan bahwa kinerja bisnis UMKM telah mengalami kontraksi sejak kuartal ketiga tahun 2024. Penurunan daya beli masyarakat yang drastis menjadi faktor utama yang menyebabkan penurunan omzet UMKM. Kondisi ini juga turut berkontribusi terhadap peningkatan rasio kredit macet (NPL) UMKM di atas 4% (Tempo. com, 2024). Hal selaras juga dikemukakan oleh Permatasari (2016) bahwa keberadaan ritel modern Alfamart dan Indomaret mengancam eksistensi ritel tradisional, menunjukkan dampak ekonomi sangat berpengaruh bagi para pelaku usaha toko tradisional, terutama dari sisi penurunan omset dan/atau pendapatan pemilik toko tradisional yang berada di dekat kedua ritel modern tersebut. Menurunnya tingkat penjualan dan juga pendapatan toko tradisional ini jika terus dibiarkan akan berpengaruh terhadap keberadaannya di masa mendatang. Faktor penyebab paling menonjol yaitu banyaknya konsumen yang berbelanja beralih dari toko tradisional ke Alfamart dan Indomaret. Oleh sebab itu, dampak ekonomi yang paling dirasakan oleh para pelaku UMKM, berkaitan dengan pendapatan dan aktivitas ekonomi yang disebabkan oleh kualitas produk, layanan, akses, dan perilaku konsumen.

Miranti (2019) dalam risetnya juga menyebutkan bahwa keberadaan ritel modern berdampak negatif terhadap omset usaha kecil dan menengah seperti warung kelontong di Makassar. Aspek layanan yang ramah pembeli, lokasi ritel yang dekat dengan pemukiman penduduk, barang-barang yang lebih lengkap, serta perubahan gaya hidup membuat konsumen lebih tertarik berbelanja di ritel modern dibandingkan di ritel tradisional. Bahaudin dan Setiawan (2024) menyebutkan ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan omzetnya, salah satunya yaitu dengan melakukan penjualan secara online. Hal tersebut juga perlu diikuti dengan sosialisasi dan edukasi terkait transaksi online, sehingga ke depannya baik penjual atau pembeli tidak ada yang merasa dirugikan. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tata cara dan etika dalam melakukan transaksi online. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun, penjualan produk secara online adalah salah satu cara yang baik untuk memasarkan produk UMKM.

Lubis dkk (2023) dalam penelitiannya juga menyebutkan kehadiran ritel modern berimplikasi pada menurunnya pendapatan mayoritas toko kecil. Keberadaan Ritel seperti Alfamart memang berdampak pada toko-toko kecil yang ada di sekitarnya, yang telah lebih dulu beroperasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-harinya. Semakin banyak konsumen yang tertarik pada Alfamart, maka hal itu akan mempengaruhi jumlah konsumen yang sebelumnya berbelanja di toko-toko kecil, hal ini juga akan mempengaruhi kondisi ekonomi para pedagang pemilik toko-toko kecil tersebut. Alfamart telah menunjukkan potensinya dalam memberikan keuntungan dan pelayanannya pada masyarakat. Sehingga tidak dipungkiri bahwa Alfamart telah menjadi pesaing yang tangguh bagi para pedagang toko-toko kecil. Para pedagang pemilik toko-toko kecil ini hanya bisa pasrah akan keadaan yang ada. Hal ini bukan berarti membuat mereka diam dan jalan ditempat saja, tetapi mereka juga berusaha memperbaiki kualitas usaha mereka walaupun banyak dijumpai toko milik pedagang kecil yang terlihat lesu.

Kedua, yaitu hilangnya lapangan kerja. Menjamurnya bisnis ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret di Kota Banda Aceh terbukti telah mematikan usaha-usaha local. Sehingga banyak pelaku usaha kehilangan lapangan pekerjaannya. Kondisi ini tentu sangat disayangkan, karena mayoritas usaha-usaha yang terpaksa ditutup tersebut berdekatan dengan lokasi ritel modern yang ada. Muhammad, dkk (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa perkembangan pesat ritel-ritel modern di wilayah pedesaan merupakan fenomena yang lumrah jika dihubungkan dengan perubahan zaman dan gaya hidup, serta meningkatnya jumlah anggota masyarakat kelas menengah ke atas di Indonesia. Meskipun perkembangan dan pertumbuhan usaha ritel modern menguntungkan bagi negara melalui pemasukan pajak bagi pemerintah pusat dan daerah, menambah lapangan kerja baru, dan investasi meningkat, namun kemajuan pesat bisnis ritel modern yang cenderung menggurita harus tetap dikontrol oleh pemerintah, supaya keberadaannya tidak sampai mematikan usaha kecil dan menengah yang sudah eksis sejak lama sebagai fondasi ekonomi rakyat.

Realitas ini memunculkan persepsi dan asumsi bahwa keberadaan ritel modern dapat menimbulkan dampak positif dan negative terhadap ritel-ritel tradisional di sekitarnya. Disamping dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat sebagai konsumen yaitu lengkapnya produk barang yang dijual terutama kebutuhan pokok dan kebutuhan rumah tangga lainnya, dibandingkan dengan ritel tradisional (Saputro, 2021), dampak negatif yang ditimbulkan terhadap masyarakat pelaku ekonomi dari kelompok usaha menengah, kecil, dan mikro dalam wujud berkurang atau menurunnya pendapatan juga cukup signifikan.

Perkembangan ritel modern dari tahun ke tahun yang semakin berkembang pesat dan tidak terbendung melatarbelakangi Pemerintah mengeluarkan kebijakan dan regulasi agar kondisi dalam industry bisnis ritel ini menjadi lebih baik, yaitu salah satunya dengan kebijakan zonasi ritel. Marhaendradjaja (2010) menyebutkan bahwa zonasi terhadap lahan terkait dengan pengaturan lokasi ritel merupakan kebijakan yang dibuat guna menghindarkan persaingan *head to head* antara ritel modern dengan ritel tradisional. Hal ini disebabkan ukuran keduanya yang berbeda apabila dibandingkan dari sudut kapital, sehingga kemampuan menciptakan *value creation* keduanya pun berbeda. Zonasi dalam hal ini merupakan sebuah upaya untuk menciptakan *equal playing field*, sehingga persaingan diharapkan berlangsung dalam suasana yang sangat sehat (*fair competition*) karena berada dalam "kelas" yang sama. Sesungguhnya dengan melakukan zonasi, ketika zona-zona ditetapkan untuk ritel modern, adalah sebenarnya ditujukan untuk membatasi menjamurnya jumlah ritel modern di suatu wilayah. Melalui zonasi, market power yang dimiliki ritel modern tidak akan berkembang sangat pesat seperti yang terjadi belakangan ini.

Pasal 3 Perpres 112 Tahun 2007 Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, disebutkan bahwa luas bangunan untuk minimarket adalah kurang dari 400m². Lokasi pendirian dari Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota. Ketentuan yang menyebut untuk memperhatikan jarak diatur untuk toko modern kategori Hypermarketc saja, sedangkan pengaturan lokasi untuk minimarket tidak disebutkan. Pengaturan lokasi minimarket dalam Pasal 5 ayat (4) Perpres 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern disebutkan bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan. Artinya, minimarket bisa membukai gerai hingga ke wilayah pemukiman warga.

Kemudian, Pasal 3 ayat (9) Permendag 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern menyebutkan kewajiban bagi minimarket yaitu Pendirian Minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan: Kepadatan penduduk; Perkembangan pemukiman baru; Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas); Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada Minimarket tersebut. Namun, Permendag 53/2008 tidak mengatur konsekuensi ataupun sanksi apabila kewajiban di atas dilanggar. Pelaksanaan pengawasan toko modern diserahkan kepada Bupati/Walikota.

Tentang jarak minimarket diatur pula di dalam peraturan perundang-undangan di tingkat daerah. Berdasarkan Izin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional (IUP2T), Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP) dan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah setempat. Dalam kaitannya dengan Peraturan Zonasi tersebut merupakan ketentuan-ketentuan pemerintah daerah setempat yang mengatur pemanfaatan ruang dan unsur-unsur pengendalian yang disusun untuk setiap zona peruntukan sesuai dengan rencana rinci tata ruang.

Peraturan Walikota Banda Aceh No. 18 Tahun 2021 tentang Penataan Usaha Toko Swalayan Pasal 3 (1) menyebutkan bahwa peraturan tersebut bertujuan untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian Toko Swalayan agar tidak merugikan dan mematikan Pasar Rakyat, UMKM dan Koperasi serta Toko Tradisional yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi aset pariwisata. Menilik pada aturan ini sangat jelas, bahwa keberadaan ritel modern seharusnya tidak merugikan keberlangsungan UMKM yang ada. Mengingat kehadiran Alfamart dan Indomaret sebagai bisnis ritel modern yang berasal dari luar Aceh perlu dikaji dan diperhatikan kembali oleh pemerintah Kota Banda Aceh. Ditinjau dari aspek hukum tentu menjamurnya bisnis tersebut tidak memberikan keadilan bagi ekonomi masyarakat lokal. Pemerintah selaku pengambil kebijakan harus merealisasikan aturan yang ada demi memajukan kemaslahatan bagi semua masyarakat terutama pelaku UMKM, sehingga keberadaan aturan tidak hanya sebagai *law in book* tapi harus memberikan *law in action* dalam pelaksanaannya. Pemerintah dalam hal ini juga memiliki peran krusial dalam mengatur persaingan antara pasar modern dan tradisional. Kebijakan yang bijaksana, seperti tata ruang yang terencana dan penegakan hukum yang efektif, diperlukan untuk memastikan bahwa kedua bentuk pasar dapat tumbuh berdampingan dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Di sisi lain, fenomena menjamurnya ritel modern yang jaraknya satu sama lainnya sangat dekat dan pada rentang tertentu akan berpotensi menurunkan kinerja ritel tradisional, juga berkaitan erat dengan *Central Place Theory* dari Walter Christaller (1933) dalam Eppli dan Benjamin (1994). Prinsip yang dikemukakan oleh Christaller adalah mengenai *range* (jarak) dan *threshold* (ambang batas). Dari komponen *range* dan *threshold*, lahir prinsip optimalisasi pasar (*market optimizing principle*), bahwa dengan adanya optimalisasi pasar dalam suatu wilayah akan terbentuk wilayah tempat pusat (*central place*). Pusat tersebut menyajikan kebutuhan barang dan jasa bagi penduduk sekitarnya. Apabila sebuah pusat dalam *range* dan *threshold* yang membentuk lingkaran bertemu dengan pusat yang lain yang juga memiliki *range* dan *threshold* tertentu, maka akan terjadi daerah yang bertampalan. Penduduk yang bertempat tinggal di daerah yang bertampalan akan memiliki

kesempatan yang relatif sama untuk pergi ke dua pusat pasar itu. Pasar dalam hal ini adalah ritel. Namun pada kenyataannya, umumnya konsumen hanya akan memilih salah satu di antara dari dua pasar/ritel tersebut. Konsumen diasumsikan berada pada tingkat pendapatan yang sama akan tersebar merata di seluruh wilayah, sehingga jarak adalah satu-satunya hambatan bagi konsumen dalam melakukan perjalanan. Dengan demikian, faktor jarak merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam pendirian ritel modern guna melindungi ritel tradisional yang ada sejak lama. Oleh karena itu, sudah seharusnya jumlah ritel modern yang jaraknya berdekatan dengan ritel tradisional dibatasi dan dibendung karena akan berpotensi menurunkan kinerja sektor ritel tradisional. Tentu kondisi ini berimplikasi besar bagi eksistensi usaha mikro di manapun berada.

Kemudian yang ketiga, kemunduran ekonomi local. Lemahnya UMKM dapat menghambat pertumbuhan ekonomi lokal dan mengurangi pendapatan daerah. Karena kehadirannya hampir berada di setiap sudut di Kota Banda Aceh. Tentu kondisi ini semakin memperparah ekonomi masyarakat lokal. Hal ini selaras sebagaimana yang diberitakan oleh AJNN (22 Oktober 2023) bahwa Alfamart dan Indomaret telah merebak hadir di wilayah Kota Lhokseumawe yang lokasi kehadirannya tidak jauh dari kepadatan aktivitas masyarakat, seperti pusat kota, persimpangan jalan, dan bahkan pada desa-desa yang berdekatan dengan fasilitas umum. Kehadiran usaha ini mampu memfasilitasi calon pembelinya dengan baik sehingga dinilai mengancam usaha kecil masyarakat. Fenomena persaingan bisnis ritel modern ini tidak hanya berdampak pada UMKM di Kota Banda Aceh, akan tetapi juga dialami oleh daerah lain yang ada di Aceh.

Ketua Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh, Tgk Faisal Ali, menyampaikan bahwa pihaknya menerima banyak keluhan dari warga yang prihatin dengan bertambahnya jumlah retail modern di Aceh. Menyikapi hal tersebut, Ketua MPU Aceh mengeluarkan pernyataan yang menyerukan kepada Pemerintah Aceh dan kabupaten/kota untuk menghentikan pemberian izin operasional bagi Indomaret dan Alfamart di seluruh wilayah Aceh. Menurut pandangannya, keberadaan Alfamart dan Indomaret memiliki potensi untuk merugikan usaha masyarakat Aceh dan berisiko menciptakan monopoli harga jika mereka menguasai pasar di Aceh di masa yang akan datang. Ia juga menegaskan bahwa memberikan izin kepada usaha ritel seperti Indomaret dan Alfamart bertentangan dengan semangat ekonomi kerakyatan. Pemerintah diharapkan dapat lebih peka terhadap keberlanjutan usaha masyarakat, mengingat hampir setiapjalan dan area sekitarnya sudah diisi oleh usaha modern ini (Serambinews.com, 17 Oktober 2023). Saran dari MPU ini mendapat respon dari Dewan Permusyawaratan Rakyat (DPR) Aceh yang diwakilkan oleh Fuadri. Menurutnya kehadiran Indomaret dan Alfamart harus diatur dalam regulasi (rmlaceh.id, 20 Oktober 2023).

Hal senada juga dikemukakan oleh Ketua STAI Darul Hikmah Aceh Barat, Tgk Rahmat Saputra, meminta Pemerintah Aceh Barat untuk menghentikan pemberian izin pendirian Indomaret karena dianggap berpotensi merugikan usaha kecil dan pedagang tradisional di Meulaboh. Dengan merebaknya gerai Indomaret, dikhawatirkan usaha kecil dan pedagang tradisional akan mengalami penurunan omset bahkan risiko tutup usaha. Tgk Rahmat menyatakan bahwa situasi ini tidak hanya terjadi di daerah mereka, melainkan juga di daerah lain yang lambat dalam mengatur regulasi terkait izin minimarket modern seperti Indomaret dan Alfamart (Antaraneews.com, 2022).

Terakhir yang keempat yaitu, ketergantungan pada ritel modern. Konsentrasi pasar pada ritel modern dapat mengurangi pilihan konsumen dan meningkatkan daya tawar perusahaan besar. Ditambah lagi dengan menghadirkan strategi yang berbeda dengan yang lainnya. Alfamart dan Indomaret merupakan perusahaan ritel modern yang menawarkan berbagai jenis produk konsumen cepat saji (*fast-moving consumer goods/FMCG*), mulai dari bahan makanan pokok, produk perawatan pribadi, hingga peralatan rumah tangga. Selain itu, kedua perusahaan ini juga menyediakan berbagai layanan keuangan, seperti pembayaran tagihan dan pengisian pulsa. Produk dan layanan yang ditawarkan dirancang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Lengkapnya layanan yang ditawarkan menjadikan bisnis ini banyak digandrungi oleh semua lapisan masyarakat untuk bertransaksi secara terus-menerus. Kondisi sangat relevan seperti apa yang dikemukakan oleh Cohen dalam Agustina dan Octaviani (2016:155).

Tohri dkk (2023) dalam risetnya menyebutkan bahwa kualitas produk, Alfamart dan Indomaret memiliki harga produk yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, produk berstandar kesehatan (BPOM), berlabel halal, masa waktu kadaluwarsa, memiliki barcode, variasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen, kesesuaian produk dengan promosi, dan lain-lain. Kualitas pelayanan, Alfamart dan Indomaret memiliki tempat yang bersih, nyaman, aman, karyawan yang ramah, murah senyum, berpakaian rapi, disiplin terhadap waktu dalam buka tutup, responsif terhadap konsumen, memberi solusi dan menerima keluhan, membantu pelanggan, keamanan bertransaksi, dan lain-lain. Aspek akses, sebagian besar Alfamart dan Indomaret di Lombok Timur terletak di lokasi strategis dan pusat keramaian. Disamping itu Alfamart dan Indomaret, mudah diakses oleh kelompok masyarakat, dekat dengan pemukiman warga masyarakat, lokasi parkir yang aman dan luas, serta lain-lain.

Tiga indikator sebagaimana yang disebutkan oleh Tohri dkk di atas, merupakan faktor utama yang menyebabkan terjadinya dampak negatif terhadap keberadaan dan keberlangsungan UMKM dari segi pendapatan atau penghasilan dan aktivitas ekonomi. Pendapatan merupakan hasil yang didapat dari aktivitas menjual barang kepada pembeli untuk memperoleh keuntungan. Menurunnya income pelaku UMKM merupakan suatu hal yang sangat dikhawatirkan, karena minat masyarakat untuk berbelanja pada ritel tradisional menurun yang dipengaruhi keberadaan Alfamart dan Indomaret yang lebih menawarkan keragaman produk, layanan yang memuaskan, dan akses yang mudah serta cepat. Faktanya keberadaan Alfamart dan Indomaret di Banda Aceh juga mampu menembus hingga ke wilayah pelosok pedesaan sehingga berdampak kepada para pelaku UMKM. Apabila hal ini dibiarkan, maka akan dapat mematikan usaha kecil di sekitarnya bahkan di pedesaan yang ada di Aceh.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Menjamurnya bisnis ritel modern Alfamart dan Indomaret di Kota Banda Aceh telah menuai pro kontra di kalangan UMKM. Kondisi ini diperparah ketika banyak usaha lokal yang terpaksa ditutup karena tidak mampu bersaing dengan bisnis tersebut. Sehingga problematika ini berimplikasi pada eksistensi UMKM. Penurunan omset, banyak UMKM mengalami penurunan omset bahkan hingga penutupan usaha. Hilangnya lapangan kerja, menjamurnya bisnis ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret di Banda Aceh terbukti telah mematikan usaha-usaha local. Kemunduran ekonomi lokal, lemahnya UMKM dapat menghambat pertumbuhan ekonomi lokal dan mengurangi pendapatan daerah. Ketergantungan pada ritel modern, konsentrasi pasar pada ritel modern dapat mengurangi pilihan konsumen dan meningkatkan daya tawar perusahaan besar. Ditambah lagi dengan menghadirkan strategi yang berbeda dengan yang lainnya. Merupakan dampak persaingan ritel modern khususnya Alfamart dan Indomaret bagi kinerja dan keberlangsungan UMKM di Kota Banda Aceh. Secara teori kajian ini berkontribusi dalam membantu mengembangkan model atau kerangka kerja baru untuk menganalisis dampak persaingan ritel modern terhadap UMKM, yang dapat diaplikasikan pada konteks yang berbeda. Sedangkan secara praktik kajian ini dapat membantu pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memahami secara lebih baik permasalahan yang dihadapi oleh UMKM akibat persaingan dengan ritel modern. Keterbatasan metode dalam kajian ini tidak mengukur dampak yang ditimbulkan secara kuantitatif, sehingga hasil yang didapatkan tidak diketahui persentasenya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agutina, I.F., & Octaviani, R. (2016). Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi Kebijakan Pengembangan Kawasan Mixuse di Kecamatan Jabon, *Electronic Jurnal*, 4(2), 155.
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor UMKM Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>.
- Bahauddin, M., & Setiawan, I. G. A. (2023). Dampak Pandemi terhadap Omset Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Analisis Review. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (EKOBIL)*, 2(3), 35–39. <https://doi.org/10.58765/ekobil.v2i3.174>.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic. Publishing Service (CAPS).
- Evi Sirait, Bagus Hari Sugiharto, Jenal Abidin, Nely Salu Padang, & Johni Eka Putra. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3816–3829. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4160>.
- Eppli, M., & Benjamin, J. (1994). The evolution of shopping center research: a review and analysis. *Journal of Real Estate Research*, 9(1), 5–32
- Gerald A. Cohen, Mengapa bukan Sosialisme?, *ekonomia* [En ligne], 1-1 | 2011, pada 01 Januari 2011, konsultasi pada 24 Oktober 2024. URL <http://journals.openedition.org/oeconomia/1877>;DOI:<https://doi.org/10.4000/oeconomia.1877>.
- Ismail, M. N. (2020). Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kota Parepare. *SEIKO Journal of Management & Business*, Volume 2, (2020), hlm 267-268 <https://doi.org/10.37531/sejaman.v2i2.665>.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education, Inc
- Lubis, P. H., Mubyarto, N & Syahrizal, A. (2023). Dampak Alfamart Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Di Kelurahan Paal Merah Kota Jambi. *JURIMEA: Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi, Akuntansi*, 3(1). Doi. <http://journal.sinov.id/index.php/sinoveka/index>.
- Marhaendradjaja, B. (2010). Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) terhadap Ritel Tradisional (Toko Kelontong dan Warung) di DKI Jakarta. Tesis. Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Isnaliana, Abrar Amri** | Dampak Persaingan Ritel Modern Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM...

- Miranti. (2019). Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omset Pedagang Warung Kelontong di Jalan Manuruki Makassar. Program Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Muhzinat, Z., & Achiria, S. (2019). Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 204–211.
- Muhammad, Musdar, dkk. (2022). Pengaruh Kehadiran Toko Ritel (Alfamidi, Indomaret, dan Dua Sekawan) Terhadap Pendapatan Kios di Kota Ternate. *Jurnal Literatus: Literature For Social Impact And Cultural Studies*, 4(1), 198-202. DOI: <https://doi.org/10.37010/lit.v4i1.735>.
- Permatasari, W. (2016). *Pengaruh Persepsi tentang Minimarket terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Ciputat Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Purnomo, S. D., Serfiyani, C. Y., & Hariyani, I. (2013). *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Soemarwoto, Otto (1998). *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Styner, J.P. (2013). Economic Impact of Tourism: A Handbook of Tourism Professionals. Chapter IV What are Multiplier Effect? Tourism Research Laboratory at the University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Saputro, R. Nurhadi. (2021). Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Ritel Tradisional (Studi Kasus Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta). S2 Thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/4623/>.
- Tohri, A. Mastur, Habibuddin, Syamsiar. H, Parhanuddin, L. (2023). Dampak Sosial dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur. *Jurnal RESIPROKAL* 5(1), 46-57.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Empat Salemba.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>.

<https://validnews.id/ekonomi/menkopukm-daya-beli-masyarakat-anjlok-omzet-umkm-ikut-turun>. Diakses pada Jum'at, 03 Januari 2024.

<https://aceh.antaranews.com/berita/298753/pemkab-aceh-barat-diminta-stop-izin-pendirian-indomaret>. Diakses pada Sabtu, 04 Januari 2024.

<https://www.ajnn.net/news/warga-lhokseumawe-tolak-pendirian-alfamart/index.html>. Diakses pada Jum'at, 03 Januari 2024.

<https://aceh.tribunnews.com/2023/10/17/indomaret-dan-alfamart-menjamur-di-aceh-mpu-minta-pemerintah-setop-pemberian-izin>. Diakses pada Kamis, 02 Januari 2024.

<https://www.tempo.co/ekonomi/daya-beli-masyarakat-menurun-teten-masduki-umkm-ikut-terdampak-4826>. Diakses pada Kamis, 02 Januari 2024.

<https://www.rmolaceh.id/dpr-aceh-kehadiran-indomaret-dan-alfamart-harus-diatur-dalam-regulasi>. Kamis, 02 Januari 2024.