

Vol. 3 No. 2 (2022), Halaman 80-90



GEOGRAPHIA

Jurnal Pendidikan dan Penelitian Geografi

ISSN: 2774-6968

PENGARUH KEHADIRAN MINIMARKET TERHADAP PENDAPATAN KIOS KECIL DI KELURAHAN TATAARAN II KECAMATAN TONDANO SELATAN

Pero Resi Sihombing^{1*}, Fonny Rewah², Xavierius Erick Lobja³

¹²³Jurusan Pendidikan Geografi Universitas Negeri Manado Indonesia

Email: peroresisihombing27@gmail.com^{1*}, fonnyrewah@unima.ac.id², ericklobja@unima.ac.id³

Website Jurnal: <http://ejurnal.unima.ac.id/index.php/geographia>



Akses dibawah lisensi CC BY-SA 4.0 <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

DOI: 10.53682/gjppg.v3i2.1409

(Diterima: 14-06-2021; Direvisi: 05-12-2022; Disetujui: 31-12-2022)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of minimarkets on the income of small kiosks in Tataaran II Village, South Tondano District, Minahasa Regency. The research strategy used is quantitative. Analysis with simple regression. The results showed that the presence of minimarkets affected small kiosk income by 0.374 (37.4%), with other factors explaining the remaining 62.6%. The monthly net income of small kiosk traders has decreased. The average net profit per month before the minimarket existed ranged from IDR 1,000,000 to IDR 2,000,000, while the average net profit per month after the minimarket existed ranged from IDR 500,000 to IDR 1,000,000. One of the reasons customers prefer minimarkets to kiosks is the price.

Keywords: Minimarket, Merchants, Income.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh minimarket terhadap pendapatan kios kecil di Kelurahan Tataaran II Kecamatan Tondano Selatan Kabupaten Minahasa. Strategi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Analisis dengan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket mempengaruhi pendapatan kios kecil sebesar 0,374 (37,4%), dengan faktor lain yang menjelaskan sisanya sebesar 62,6%. Pendapatan bersih bulanan pedagang kios kecil mengalami penurunan. Laba bersih rata-rata per bulan sebelum minimarket ada berkisar antara Rp 1.000.000 hingga Rp 2.000.000, sedangkan laba bersih rata-rata per bulan setelah minimarket ada berkisar antara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000. Salah satu alasan mengapa pelanggan lebih memilih minimarket daripada kios adalah harganya.

Kata Kunci: Minimarket, Pedagang, Pendapatan.

PENDAHULUAN

Ritel atau pengeceran adalah aktivitas perniagaan berupa penjualan barang atau penawaran jasa secara langsung kepada

konsumen akhir. Berdasarkan skala usahanya, ritel dibedakan menjadi ritel modern dan ritel tradisional. Ritel modern didefinisikan sebagai toko sistem pelayanan mandiri, menjual secara

eceran berbentuk perkulakan. Bentuk-bentuk ritel modern meliputi supermarket, hypermarket, dan minimarket (Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, 2007). Sedangkan ritel tradisional terdiri dari kios, toko, dan tenda yang dimiliki pedagang kecil.

Kedua jenis ritel ini mempunyai kesamaan bidang usaha, yaitu sama-sama menjual kebutuhan rumah tangga. Hanya pada pelayanan dan sarana yang membuat kedua bisnis tersebut berbeda. Kios atau toko biasanya berukuran relatif kecil, di daerah permukiman, serta menjual barang kebutuhan terbatas dan perputaran yang tinggi. Beda kios minimarket mengaplikasikan sistem swalayan, konsumen mengambil sendiri barang dan membayar di kasir. Menyediakan kenyamanan berbelanja dengan tersedianya penyejuk ruangan, kemudahan pembayaran, kualitas produk terjamin dan berkualitas baik, dan dapat berbelanja banyak kebutuhan dalam satu tempat sehingga menghemat waktu. Kios tradisional terdapat tawar menawar sedangkan minimarket dikelola manajemen modern (Gani & Abdullah, 2021).

Keberadaan minimarket tumbuh pesat di kota-kota besar dan kecil. Keadaan tersebut mengarahkan masyarakat untuk beralih kebiasaan berbelanja dari kios kecil tradisional ke minimarket. Berbagai macam barang yang dijual dan kenyamanannya minimarket menarik konsumen berbelanja. Dengan adanya minimarket akan terfiksasi layanan warung tradisional (Wibowo et al., 2015).

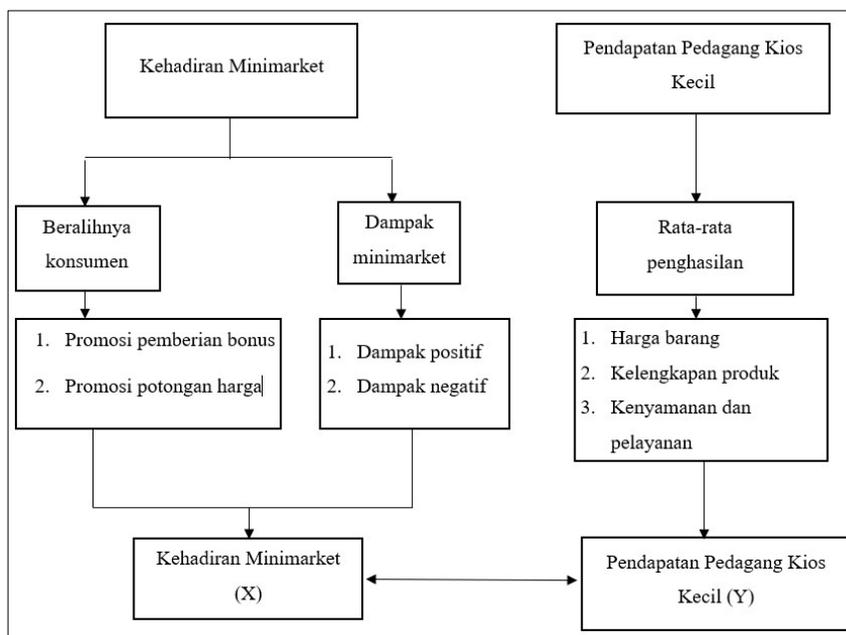
Konsumen adalah masyarakat yang memenuhi kebutuhan pokoknya. Kotler menjelaskan bahwa konsumen dapat diartikan semua individu dan rumah tangga membeli dan memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi (Ibeng, 2020). Perkembangan masa sekarang kegiatan berbelanja tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa namun juga orientasi rekreasi. Perubahan gaya hidup modern menjadi salah satu penyebab

turunnya pembelian di pasar tradisional (Astri Aulia et al., 2009). Keberadaan pasar modern menjadi tuntutan konsekuensi gaya hidup modern di masyarakat. Preferensi pengalihan belanja dari pasar tradisional ke modern atas dasar pilihan rasional, yaitu harga rendah, kualitas terjamin, dan tempat yang nyaman (Aryani, 2011). Selain memengaruhi aktivitas belanja konsumen, minimarket juga dapat memengaruhi pendapatan pedagang kios kecil. Selain dampak positif, sisi negatif adanya minimarket menjadi ancaman pasar tradisional (Arno & Aqidah, 2018) akibat ketidakseimbangan bersaing (Dimiyati, 2018).

Pendapatan yang dimaksud adalah semua penghasilan berupa uang atau barang yang diperoleh dari orang lain serta produk industri berdasarkan jumlah uang pada aset yang berlaku saat itu. Penghasilan merupakan sumber pendapatan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup baik secara langsung atau tidak langsung. Penghasilan dapat berupa upah, gaji, sewa, dividen, dan laba yang bersirkulasi dalam periode tertentu (Poli et al., 2019).

Keberadaan minimarket di kelurahan Tataaran II kecamatan Tondano Selatan yang berdekatan dengan kios kecil tentunya memberikan dampak positif dan negatif. Konsumen akan mempunyai banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhannya. Keberadaan minimarket akan berpengaruh pada preferensi konsumen dalam berbelanja. Beralihnya kebiasaan berbelanja dari kios kecil tradisional ke minimarket tentunya atas dasar pilihan rasional konsumen. Eksistensi kios kecil yang berdiri sendiri dan berbasis ekonomi kerakyatan dimungkinkan mengalami penurunan dalam hal pendapatan.

Pendekatan dalam memahami kehadiran minimarket terhadap pendapatan kios kecil didasarkan pada beralihnya konsumen berbelanja dari kios kecil ke minimarket, dampak kehadiran minimarket, rata-rata penghasilan, barang, dan fasilitas. Pendekatan tersebut dapat dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Kehadiran minimarket selain kios kecil memberikan kesempatan pilihan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Beralihnya konsumen didasarkan pada pilihan rasional, setidaknya yang paling terlihat adalah adanya promosi bonus dan potongan harga yang jelas terpampang pada tulisan harga produk, kenyamanan berbelanja, dan *one stop buying*. Di sini lain, kios kecil menghadirkan aktivitas belanja lain seperti masih adanya kemungkinan kecil tawar menawar, tetapi mempunyai keterbatasan dalam hal kelengkapan produk, dan harga yang berbeda sedikit atau banyak dan lebih tinggi atau lebih rendah dari harga minimarket. Preferensi konsumen berpengaruh terhadap pandangan atau image minimarket yang mencirikan masyarakat modern. Dengan segala kelebihan dan kekurangan baik minimarket maupun kios kecil tradisional akan memengaruhi pendapatan kios kecil akibat kehadiran minimarket.

Atas dasar latarbelakang tersebut penelitian dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kehadiran minimarket terhadap pendapat kios kecil di kelurahan Tataaran II kecamatan Tondano Selatan kabupaten Minahasa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bertujuan menganalisis data bersifat kuantitatif dan statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2014). Analisis data

menggunakan analisis regresi sederhana, yaitu untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, atau kajian terhadap hubungan variabel yang diterangkan dengan variabel yang menerangkan (Gujarati, 2021). Variabel yang dimaksud pada penelitian ini adalah variabel kehadiran minimarket (X) dan variabel pendapatan kios kecil (Y) atau dapat dijelaskan kehadiran minimarket (X) terhadap pendapatan kios kecil (Y). Sampel penelitian adalah seluruh populasi, yaitu sebanyak 28 orang pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II.

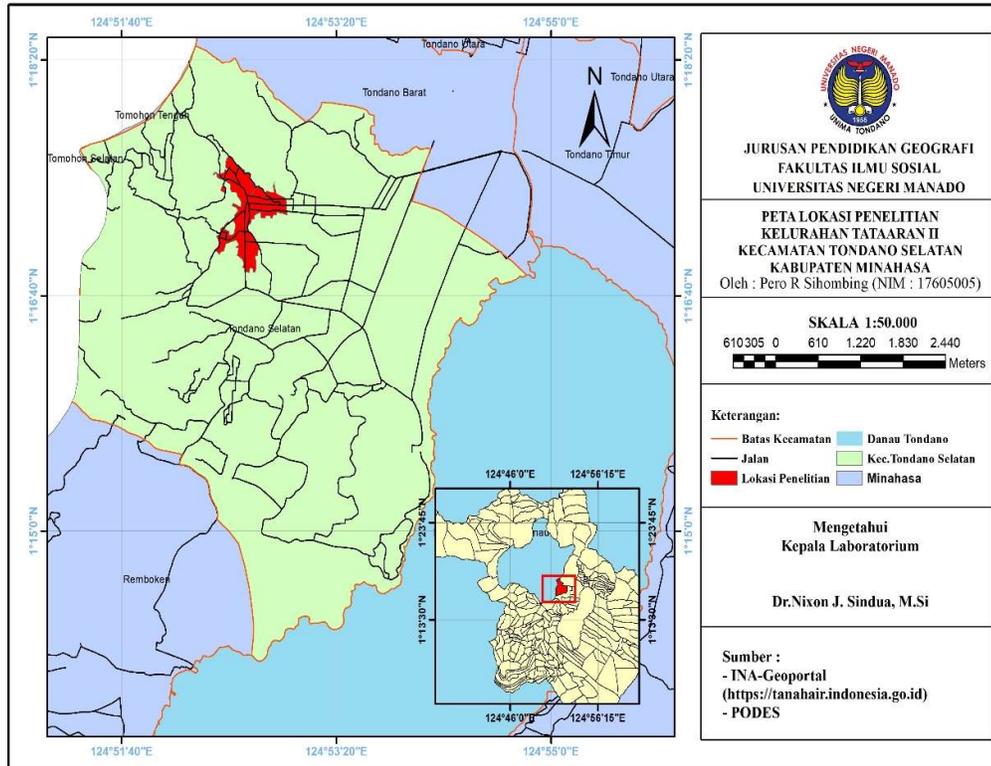
Adapun tahapan analisis data yang dilakukan adalah 1) uji instrumen, yaitu uji validitas korelasi *Pearson* dan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha*, 2) uji asumsi klasik, yaitu uji linieritas *Compare Means Deviation form Linierity*, uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, uji heteroskedastisitas *Gleiser*, 3) uji koefisien determinasi F, dan 4) uji t parsial hipotesis (Ghozali, 2018; Rifani & Ramadhan, 2022). Adapun hipotesis statistik yang diajukan adalah H_0 : tidak ada pengaruh kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II dan H_a : ada pengaruh kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Kelurahan Tataaran II adalah salah satu wilayah administari dari kecamatan Tondano Selatan kabupaten Minahasa. Ketinggian wilayah berkisar 500 – 1000 meter di atas

permukaan laut dengan rata-rata suhu 15,2°C – 30,7°C serta curah hujan 130 mm. Jumlah penduduk kecamatan Tondano Selatan adalah 17.902 dengan luas 24,34 km² (BPS Kabupaten Minahasa, 2020). Lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Lokasi Penelitian

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dikategorikan berdasarkan tingkat pendidikan, jenis kelamin,

dan umur berdasarkan data pengisian kuesioner oleh responden. Karakteristik responden dapat dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Pendidikan	Jumlah	Persentase	Jenis Kelamin		Kelompok Umur	Jumlah	Persentase
			Jumlah	Persentase			
SD	2	7,14%	Laki-laki	8	30-49	13	46,42%
SMP	6	21,43%	Perempuan	20	50-69	13	46,42%
SMA	13	46,43%			70-89	2	7,16%
Diploma	3	10,71%					
Sarjana	4	14,29%					
Jumlah	28	100%				28	100%

Sumber: Hasil penelitian, 2021

Berdasarkan Tabel 1 tingkat pendidikan sebagian besar pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II adalah SMA (46,43%). Berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak adalah perempuan (71,42%). Sedangkan berdasarkan kelompok umur berada pada rentan usia 30-69

tahun (92,84%) yang dapat dikategorikan sebagai usai produktif.

Uji Instrumen

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner skala likert untuk mengukur variabel

X dan variabel Y. Uji intrumen yang dilakukan, yaitu uji validitas korelasi *Pearson* dan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Adapun hasil

pengujian validitas korelasi *Pearson* dapat dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen Kuesioner Korelasi *Pearson*

X Kehadiran Minimarket			
	Pearson Correlation	Sig. (1-tailed)	N
X No.1	.481**	.005	28
X No.2	.553**	.001	28
X No.3	.375*	.025	28
X No.4	.791**	.000	28
X No.5	.791**	.000	28
X No.6	.376*	.024	28
X No.7	.745**	.000	28
X No.8	.647**	.000	28
X Kehadiran Minimarket	1		28

Y Pendapatan Kios Kecil

Correlations	Pearson Correlation	Sig. (1-tailed)	N
Y No.1	.391*	.020	28
Y No.2	.534**	.002	28
Y No.3	.492**	.004	28
Y No.4	.499**	.003	28
Y No.5	.590**	.000	28
Y No.6	.375*	.024	28
Y No.7	.444**	.009	28
Y No.8	.579**	.001	28
Y No.9	.429*	.011	28
Y No.10	.560**	.001	28
Y No.11	.398*	.018	28
Y No.12	.392*	.019	28
Y Pendapatan Kios Kecil	1		28

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa item pada variabel X dan item pada variabel Y berkorelasi signifikan baik pada probabilitas 0,01 (ditandai *) dan 0,05 (ditandai **). Dapat

disimpulkan bahwa instrumen kuesioner dapat dijadikan instrumen pengukuran variabel X dan variabel Y.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen Kuesioner *Cronbach's Alpha*

Reliability Statistics Variable X		Reliability Statistics Variabel Y	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.723	8	.677	12

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variable X sebesar 0,723 dan nilai *Cronbach's Alpha* variabel Y sebesar 0,677, keduanya $\geq 0,60$, maka instrumen tersebut reliabel untuk mengukur variabel X dan variabel Y dalam penelitian (Basuki & Hariyanto, 2020)

Uji Klasik Regresi Sederhana

Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji linieritas *Compare Means Deviation form*

Linierity, uji normalitas Kolmogorov Smirnov, dan uji heteroskedastisitas Gleiser. Adapun uji asumsi klasik secara lengkap dapat dijelaskan pada Tabel 4, Tabel 5, dan Tabel 6.

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan nilai uji linieritas *Deviation from Linierty* 0,216 > 0,05, maka terdapat dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linier antara kehadiran minimarket dengan pendapatan kios kecil.

Tabel 4. Uji Linieritas Compare Means Deviation form Linierity

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y Pendapatan Kios Kecil * X Kehadiran Minimarket	Between Groups	(Combined) Linierity Deviation from Linierity	247.212	11	22.474	3.262	.016
	Within Groups		141.812	1	141.812	20.587	.000
	Total		105.400	10	10.540	1.530	.216
			110.217	16	6.889		
			357.429	27			

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82591562
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.136
	Negative	-.070
Test Statistic		.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 > 0,05 data pengukuran variabel X dan varibel Y

berdistribusi normal sehingga dapat dilakukan untuk uji selanjutnya.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Gleiser

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
	1 (Constant)	-3.222			
X Kehadiran Minimarket	.177	.079	.402	2.237	.074

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Berdasarkan Tabel 6 nilai sig. data dari variabel X kehadiran minimarket adalah 0,074 > 0,05, maka data variabel X dan variabel Y tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi

Setelah hasil uji instrumen dengan keputusan dinyatakan valid dan reliabel serta uji klasik dengan keputusan bahwa data bersifat linier, homogen dan tidak mengalami heteroskedastisitas, maka tahapan uji selanjutnya adalah uji regresi dengan uji

koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dijelaskan pada Tabel 7.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dijelaskan nilai F sebesar 17,100 dengan tingkat sig. 0,000 < 0,05 maka variabel (X) kehadiran minimarket memiliki pengaruh terhadap variabel (Y) pendapatan kios kecil. Adapun besarnya kontribusinya dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,374 atau 37,4%. Artinya 37,4% dari variabel pendapatan kios kecil dapat dijelaskan oleh variabel kehadiran minimarket dan sisanya 62,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.630 ^a	.397	.374	2.880	

a. Predictors: (Constant), X Kehadiran Minimarket
b. Dependent Variable: Y Pendapatan Kios Kecil

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.812	1	141.812	17.100	.000 ^b
	Residual	215.617	26	8.293		
	Total	357.429	27			

a. Dependent Variable: Y Pendapatan Kios Kecil
b. Predictors: (Constant), X Kehadiran Minimarket

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Uji t Parsial Hipotesis

Pada pengujian regresi linier sederhana dapat pula diperoleh persamaan regresi dan uji

t parsial hipotesis. Hasil uji t parsial hipotesis dapat dijelaskan pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji t Parsial Hipotesis

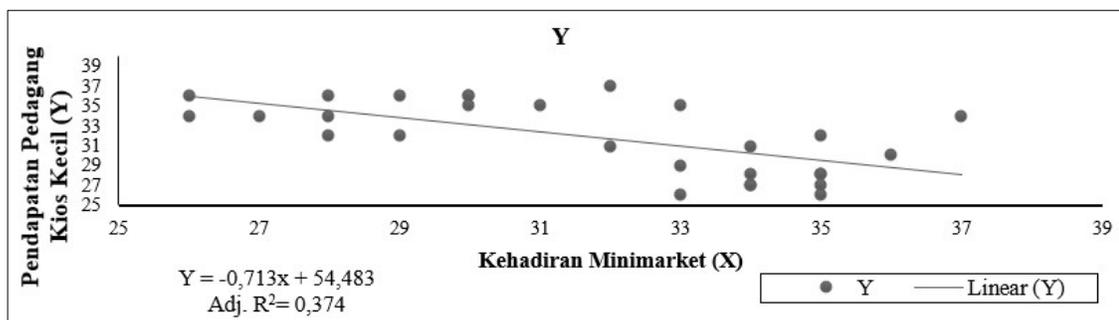
Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
		1	(Constant)			
	X Kehadiran Minimarket	-.713	.172	-.630	-.4.135	.000

a. Dependent Variable: Y Pendapatan Kios Kecil

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 26, 2021.

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui nilai constant (a) sebesar 54,483 dan nilai beta (B) sebesar -0,713 dengan sig. Two-tailed 0,000, yang artinya kehadiran minimarket berpengaruh negatif (-0,713) terhadap pendapatan kios kecil. Selanjutnya, dapat dibuat persamaan regresi, yaitu $Y=54,483 - 0,713X$. Koefisien regresi X sebesar -0,713

menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kehadiran minimarket, maka nilai pendapatan kios kecil berkurang 0,713 atau apabila terjadi penambahan 10% nilai kehadiran minimarket, maka nilai pendapatan kios kecil akan berkurang 7,130. Grafik persamaan regresi linier sederhana dapat dijelaskan pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik Persamaan Regresi Linier Kehadiran Minimarket terhadap Pendapatan Kios Kecil

Hipotesis statistik yang diajukan adalah H_0 : tidak ada pengaruh kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II dan H_a : ada pengaruh

kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II.

Berdasarkan nilai t_{hitung} (pada Tabel 8) sebesar -4,135 dengan sig. 0,000 > t_{tabel} 1,706 one tailed taraf signifikansi 0,05, dapat

disimpulkan bahwa H_a diterima yang artinya ada pengaruh kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II. Tanda (-) di depan koefisien korelasi menunjukkan bahwa korelasi antara variabel kehadiran minimarket dan pendapatan pedagang kios kecil merupakan korelasi berlawanan arah atau korelasi negatif. Atau dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh negatif

kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil di kelurahan Tataaran II.

Sebagai dasar untuk melengkapi penjelasan hasil penelitian dapat pula dengan mengidentifikasi data kuesioner oleh responden variabel penelitian kehadiran minimarket terhadap variabel penelitian pendapatan kios kecil yang dapat dijelaskan pada Tabel 9 dan Tabel 10.

Tabel 9. Hasil Kuesioner Variabel Kehadiran Minimarket

Kriteria Kuesioner	Keberalihan belanja dari kios kecil ke minimarket (%)	Jumlah konsumen kios kecil sebelum ada minimarket (%)	Jumlah konsumen kios kecil setelah ada minimarket (%)	Pengaruh potongan terhadap pendapatan kios kecil (%)	Pengaruh promosi brosur minimarket terhadap pendapatan kios kecil (%)	Penilaian dampak positif kehadiran minimarket terhadap kios kecil (%)	Penilaian dampak negatif kehadiran minimarket terhadap kios kecil (%)	Penilaian keseriusan dampak kehadiran minimarket terhadap kios kecil (%)
Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	14,3%	-	-
Tidak setuju	-	-	25,0%	-	-	39,3%	-	-
Kurang setuju	7,1%	21,4%	46,4%	7,1%	7,1%	42,9%	7,1%	17,9%
Setuju	25,0%	53,6%	28,6%	32,1%	32,1%	3,6%	42,9%	42,9%
Sangat setuju	67,9%	25,0%	-	60,7%	60,7%	-	50,0%	39,3%
Jumlah	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel 9 dapat dijelaskan sebagian besar konsumen telah beralih belanja dari kios ke minimarket sehingga mengakibatkan penurunan konsumen di kios. Preferensi beralihnya belanja konsumen kios ke minimarket dipengaruhi oleh potongan harga di minimarket dan adanya promosi dari minimarket sehingga konsumen kios tertarik

dan beralih belanja ke minimarket. Pemilik kios menyatakan bahwa kehadiran minimarket mempunyai kecenderungan dampak positif lebih kecil dibanding dampak negatifnya. Hal ini dikarenakan pemilik kios menyatakan bahwa kehadiran minimarket berdampak serius terhadap keberlangsungan usahanya.

Tabel 10. Hasil Kuesioner Variabel Pendapatan Kios Kecil

Kriteria Kuesioner	Laba bersih sebelum kehadiran minimarket (bulan/%)	Laba bersih setelah kehadiran minimarket (bulan/%)	Harga barang keperluan dapur kios lebih mahal dari minimarket (%)	Harga jajanan kios lebih mahal dari minimarket (%)	Harga rokok kios lebih mahal dari minimarket (%)	Pelayanan hutang konsumen di kios (%)	Harga potongan di kios untuk konsumen (%)	Kelengkapan barang di kios (%)	Keterbatasan modal pedagang kios (%)	Pelayanan ramah di kios (%)	Penyusunan barang yang baik di kios (%)	Pengelolaan jam operasional kios (%)
Sangat tidak setuju	-	< 500 ribu (10,7%)	10,7%	10,7%	14,3%	14,3%	10,7%	7,1%	7,1%	21,5%	-	14,3%
Tidak setuju	500 ribu - 1 juta (30%)	500 ribu - 1 juta (71,4%)	64,3%	57,1%	64,3%	64,3%	75,0%	14,3%	14,3%	42,9%	-	64,3%
Kurang setuju	1 juta - 2 juta (46,4%)	1 juta - 2 juta (17,9%)	25,0%	32,1%	21,4%	21,4%	14,3%	46,4%	46,4%	35,1%	-	21,4%
Setuju	2 juta - 4 juta (3,6%)	-	-	-	-	-	-	32%	32%	-	57,1%	-
Sangat setuju	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42,9%	-
Jumlah	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Berdasarkan Tabel 10 dapat jelaskan bahwa terdapat penurunan laba bersih kios setelah adanya minimarket. Harga keperluan dapur, jajanan, dan rokok tidak berbeda jauh dengan harga di minimarket sehingga dalam konteks harga mampu bersaing. Pemilik kios mempunyai kecenderungan untuk tidak menerima utang konsumen serta memberikan

potongan harga dengan alasan akan memengaruhi pendapatan dan sirkulasi modal usaha. Pemilik kios selalu menjual barang dagangan yang banyak dibeli konsumen dan mengurangi barang yang tidak selalu dibeli/kurang minat dengan alasan akan memengaruhi sirkulasi modal usaha. Hal ini menyebabkan kelengkapan barang yang dijual

di kios kurang dibanding di minimarket. Selain itu, juga pemilik kios sebagian menyatakan permasalahan keterbatasan modal menjadi kendala dalam pengembangan usaha.

Pelayanan kios lebih kepada pelayanan standar, yaitu interaksi pembeli sebagai orang yang membutuhkan barang dengan penjual yang berkeinginan barangnya laku dibanding berorientasi pelayanan prima seperti halnya pelayanan di minimarket, tetapi di sisi lain bahwa penyusunan barang yang dijual sedapat mungkin dikelompokkan berdasarkan kriteria seperti layaknya penyusunan di minimarket sehingga memudahkan konsumen. Selanjutnya, berkaitan dengan jam operasional kios lebih fleksibel dibanding minimarket. Tentunya mempunyai dampak pelayanan calon konsumen terhadap ketepatan jam operasional. Ketika konsumen akan belanja di kios bisa saja kios tutup sehingga konsumen beralih ke kios lain dan minimarket. Hal yang berbeda jam operasional minimarket tepat dan tetap sehingga konsumen mempunyai estimasi waktu belanja yang dapat diukur atau mempunyai kepastian waktu.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis, kehadiran minimarket memiliki pengaruh terhadap pendapatan kios kecil. Adapun besarnya kontribusinya sebesar 0,374 atau 37,4%. Artinya 37,4% dari variabel pendapatan kios kecil dapat dijelaskan oleh variabel kehadiran minimarket dan sisanya 62,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai constant (a) sebesar 54,483 dan nilai beta (B) sebesar -0,713 memberikan arti kehadiran minimarket berpengaruh negatif (-0,713) terhadap pendapatan kios kecil. Selanjutnya, dapat dibuat persamaan regresi, yaitu $Y=54,483 - 0,713X$. Nilai koefisien sebesar -0,713 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kehadiran minimarket, maka nilai pendapatan kios kecil berkurang 0,713 atau apabila terjadi penambahan 10% nilai kehadiran minimarket, maka nilai pendapatan kios kecil akan berkurang 7,130.

Dapat dijelaskan pula bahwa konsumen telah beralih belanja dari kios ke minimarket sehingga mengakibatkan penurunan konsumen di kios. Preferensi beralihnya belanja konsumen kios ke minimarket dipengaruhi oleh potongan harga di minimarket dan adanya promosi dari minimarket sehingga konsumen kios tertarik

dan beralih belanja ke minimarket. Pemilik kios menyatakan bahwa kehadiran minimarket mempunyai kecenderungan dampak positif lebih kecil dibanding dampak negatifnya. Hal ini dikarenakan pemilik kios menyatakan bahwa kehadiran minimarket berdampak serius terhadap keberlangsungan usahanya.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat penurunan laba bersih kios setelah adanya minimarket, ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan keberadaan minimarket berpengaruh pada pendapatan pedagang tradisional (Aryani, 2011; Ginting, 2018). Harga keperluan dapur, jajanan, dan rokok tidak berbeda jauh dengan harga di minimarket sehingga dalam konteks harga mampu bersaing. Kios mempunyai kecenderungan untuk tidak menerima utang konsumen serta memberikan potongan harga dengan alasan akan memengaruhi pendapatan dan sirkulasi modal usaha. Kios selalu menjual barang dagangan yang banyak dibeli konsumen dan mengurangi barang yang tidak selalu dibeli/kurang minat dengan alasan akan memengaruhi sirkulasi modal usaha. Hal ini menyebabkan kelengkapan barang yang dijual di kios kurang dibanding di minimarket. Selain itu, permasalahan keterbatasan modal menjadi kendala dalam pengembangan usaha.

Pelayanan kios lebih kepada pelayanan standar, yaitu interaksi pembeli sebagai orang yang membutuhkan barang dengan penjual yang berkeinginan barangnya laku dibanding berorientasi pelayanan prima seperti halnya pelayanan di minimarket, tetapi di sisi lain bahwa penyusunan barang yang dijual sedapat mungkin dikelompokkan berdasarkan kriteria seperti layaknya penyusunan di minimarket sehingga memudahkan konsumen. Selanjutnya, berkaitan dengan jam operasional kios lebih fleksibel dibanding minimarket. Tentunya mempunyai dampak pelayanan calon konsumen terhadap ketepatan operasional. Ketika konsumen akan belanja di kios bisa saja kios tutup sehingga konsumen beralih ke kios lain dan minimarket. Hal yang berbeda jam operasional minimarket tepat dan tetap sehingga konsumen mempunyai estimasi waktu belanja yang dapat diukur atau mempunyai kepastian waktu. Ketertarikan minimarket lainnya terdapat potongan harga (Sanusi et al., 2015).

Walaupun tidak semua konsumen beralih berbelanja dari kios kecil ke minimarket namun

hal ini cukup memengaruhi hasil penjualan mereka setiap harinya. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa perubahan gaya hidup dalam berbelanja di pasar modern menjadi salah satu penyebab turunnya pembelian di pasar tradisional. Preferensi mengalihkan tempat belanja dari pasar tradisional ke pasar modern dipandu oleh pilihan rasional, yaitu harga yang rendah, lebih terjamin kualitas barang dan tempat yang lebih nyaman (Aryani, 2011; Hidayat et al., 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa laba bersih per bulan pedagang kios kecil mengalami penurunan. Sebelum adanya minimarket, rata-ratanya adalah sebesar ±Rp.1.000.000-Rp.2.000.000/bulan, dan sesudah adanya minimarket, rata-rata laba bersih menjadi sebesar Rp.500.000 - ±Rp.1.000.000/bulan.

KESIMPULAN

Kehadiran minimarket memiliki pengaruh terhadap pendapatan kios kecil. Adapun besarnya kontribusinya sebesar 0,374 atau 37,4%. Artinya 37,4% dari variabel pendapatan kios kecil dapat dijelaskan oleh variabel kehadiran minimarket dan sisanya 62,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai constant (a) sebesar 54,483 dan nilai beta (B) sebesar -0,713 memberikan arti kehadiran minimarket berpengaruh negatif (-0,713) terhadap pendapatan kios kecil. Selanjutnya, dapat dibuat persamaan regresi, yaitu $Y=54,483 - 0,713X$. Nilai koefisien sebesar -0,713 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kehadiran minimarket, maka nilai pendapatan kios kecil berkurang 0,713 atau apabila terjadi penambahan 10% nilai kehadiran minimarket, maka nilai pendapatan kios kecil akan berkurang 7,130.

Laba bersih per bulan pedagang kios kecil mengalami penurunan. Sebelum adanya minimarket, rata-ratanya adalah sebesar ±Rp.1.000.000-Rp.2.000.000/bulan, dan sesudah adanya minimarket, rata-rata laba bersih menjadi sebesar ±Rp.500.000 - Rp.1.000.000/bulan. Preferensi beralihnya belanja konsumen kios ke minimarket dipengaruhi oleh potongan harga, promosi, kelengkapan barang, pelayanan prima, dan mempunyai kepastian waktu jam operasional dari minimarket yang faktor-faktor tersebut tidak sepenuhnya ada di kios kecil. Di samping itu, permasalahan keterbatasan modal menjadi

kendala dalam pengembangan usaha kios kecil untuk mampu bersaing dengan minimarket.

SARAN

Pemerintah diharapkan lebih ketat dalam mengawasi penataan minimarket agar pendirian minimarket memperhatikan keberadaan pedagang kios kecil di sekitar yang lebih kecil daripada minimarket tersebut. Pedagang kios kecil disarankan agar lebih memperhatikan usaha peningkatan dan perbaikan pelayanan, tetap menjaga kebersihan, dan kenyamanan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah indikator lain yang berhubungan dengan pengaruh kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang kios kecil yang nantinya dapat menemukan formulasi agar pedagang kios kecil dapat bersaing dan bertahan dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

DAFTAR PUSTAKA

- Arno, A. K., & Aqidah, N. A. 2018. Zonasi Mini Market Di Kota Palopo Suatu Upaya Perlindungan Pasar Tradisional Dan Warung Kecil. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 3(2), 198–210. <https://doi.org/https://doi.org/10.24256/alw.v3i2.480>
- Aryani, D. 2011. Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 2(2).
- Astri Aulia, S., Elmanisa, A. M., & Gunawan, M. P. 2009. Pola Distribusi Spasial Minimarket di Kota-Kota Kecil. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 20(0), 2.
- Basuki, I., & Hariyanto. (2020). *Asesmen Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja rosdakarya.
- BPS Kabupaten Minahasa. 2020.
- Dimiyati, A. 2018. Kajian Kritis Dampak Kebijakan Izin Usaha Ritel (Minimarket) Terhadap Keberlangsungan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Hukum Responsif*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33603/responsif.v5i1.1110>
- Gani, M. I. A., & Abdullah, I. 2021. Pengaruh

- Keberadaan Mini Market Terhadap Kios-Kios Kecil di Kelurahan Sasa Kecamatan Ternate Selatan. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 1(1), 1–15.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. Y. B. 2018. Keberadaan Mini Market Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *JURNAL SWARNABHUMI: Jurnal Geografi Dan Pembelajaran Geografi*, 3(1), 67–75.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/swarnabhumi.v3i1.2432>
- Gujarati, D. N. 2021. *Essentials of Econometrics*. California: SAGE Publications.
- Hidayat, W., Widiartanto, W., Prihartini, A. E., & Dewi, R. S. 2018. Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 108–117.
- Ibeng, P. 2020. *Pengertian Konsumen, Jenis, Hak, Kewajiban dan Menurut Ahli*.
<https://pendidikan.co.id/pengertian-konsumen-jenis-hak-kewajiban-dan-menurut-ahli/>
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.*(2007).
- Poli, E., Lobja, E., & Andaria, K. 2019. The Analysis of Factors Affecting Community Income Around Bukit Kasih Tourism Objects in Kanonang Village of Minahasa Regency. *International Conference on Social Science 2019 (ICSS 2019)*, 753–757.
- Rifani, I., & Ramadhan, M. I. 2022. Perception and Behavior of Forest Resources in Sukamaju Village Cihaurbeuti District Ciamis Regency. *Jurnal Geografi Gea*, 22(2), 135–147.
- Sanusi, S., Hardiyanto, W. T., & Bagus, N. 2015. Dampak Keberadaan Mini Market terhadap Pedagang Kaki Lima (Pkl) di Sepanjang Jalan Mt. Haryono Dinoyo Malang Jawa Timur. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jisip.v1i2.31>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, T. A., Rengkung, M., & Mastutie, F. 2015. Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap “Warong” Di Kecamatan Malalayang. *SPASIAL*, 2(2), 114–121.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35793/sp.v2i2.9093>