

DAMPAK KEBERADAAN ALFAMART TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN UMKM DI SEKITAR PONDOK PESANTREN KHAS KEMPEK CIREBON

Hasan Barir¹, Maghfiroh², Muhammad Syauqi³, Nurjihan Saniyah⁴, Rusydi Ma'arip⁵

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Khas Al Jaelani, Indonesia^{1,2,3,4,5}

hasanbarir.crbn1@gmail.com¹,

maghfirohfiroh433@gmail.com²,

syauqimuhammad751@mail.com³,

nurjihan1401@gmail.com⁴,

rusydimaarip@gmail.com⁵

Keywords

Alfamart, MSMEs, modern retail, income, Islamic boarding school

Abstract

The development of modern retail in Indonesia, particularly minimarkets such as Alfamart, has expanded into various areas, including the surroundings of Islamic boarding schools. The presence of modern retail has created new dynamics in the local economy, especially for micro, small, and medium enterprises (MSMEs), which have long served as an economic pillar of pesantren communities. This study aims to analyze the impact of Alfamart's presence on the income levels of MSMEs around Pondok Pesantren KHAS Kempek, Cirebon Regency. This research employs a quantitative approach with a descriptive method. Data were collected through questionnaires distributed to 30 MSME actors located within a radius of ± 500 meters from the Alfamart outlet. Descriptive statistical analysis was used to describe changes in MSME income levels before and after the establishment of Alfamart. The results show that most MSMEs experienced a decline in income after the presence of Alfamart, accounting for 83.33% of respondents, while 16.67% reported no change in income, and none experienced an increase. The greatest impact was felt by grocery stalls (warung kelontong) due to similarities in the products offered with modern retail. These findings indicate that the presence of Alfamart has an impact on the sustainability of MSME income around the Islamic boarding school, highlighting the need for adaptation and empowerment efforts to enable MSMEs to survive amid modern retail competition.

Kata Kunci

Alfamart, UMKM, ritel modern, pendapatan, pondok pesantren

Abstrak

Perkembangan ritel modern di Indonesia, khususnya minimarket seperti Alfamart, telah menjangkau berbagai wilayah, termasuk lingkungan pondok pesantren. Kehadiran ritel modern tersebut menimbulkan dinamika baru dalam perekonomian lokal, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini menjadi penopang ekonomi masyarakat pesantren. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan Alfamart terhadap tingkat pendapatan UMKM di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek, Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 30 pelaku UMKM yang berada dalam radius ± 500 meter dari gerai Alfamart. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan perubahan tingkat pendapatan UMKM sebelum dan sesudah keberadaan Alfamart. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan setelah keberadaan Alfamart, yaitu sebesar 83,33% responden, sementara 16,67% responden menyatakan pendapatannya tetap, dan tidak terdapat UMKM yang mengalami peningkatan pendapatan. Dampak paling besar dirasakan oleh UMKM jenis warung kelontong karena menjual produk yang sejenis dengan ritel modern. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan Alfamart berdampak terhadap keberlangsungan pendapatan UMKM tradisional di sekitar

pondok pesantren, sehingga diperlukan upaya adaptasi dan pemberdayaan
UMKM agar mampu bertahan dalam persaingan dengan ritel modern.

Corresponding Author: Hasan Barir
E-mail: hasanbarir.crbn1@gmail.com



PENDAHULUAN

Industri ritel modern di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir seiring dengan meningkatnya urbanisasi, pertumbuhan ekonomi, dan perubahan gaya hidup masyarakat (Chairani, 2024). Perkembangan ini ditandai dengan semakin luasnya jaringan minimarket modern seperti Alfamart dan Indomaret yang tidak hanya beroperasi di pusat-pusat kota, tetapi juga menjangkau wilayah pinggiran, pedesaan, hingga lingkungan dengan karakteristik sosial dan budaya tertentu. Ekspansi tersebut mencerminkan adanya transformasi struktural dalam sektor ritel nasional yang berdampak pada pola konsumsi masyarakat dan dinamika persaingan usaha di tingkat lokal.

Keberadaan ritel modern di berbagai wilayah menunjukkan bahwa sektor ini memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap kebutuhan pasar. Minimarket modern menawarkan konsep belanja yang praktis, terstandarisasi, dan mudah diakses oleh konsumen dari berbagai lapisan masyarakat. Kondisi ini mendorong peningkatan preferensi konsumen terhadap ritel modern dibandingkan ritel tradisional, terutama dalam konteks kemudahan, efisiensi waktu, dan kepastian harga. Fenomena ini menjadi salah satu faktor pendorong perubahan struktur pasar ritel di Indonesia (Amri et al., 2024).

Fenomena persaingan antara ritel modern dan usaha ritel tradisional telah menjadi perhatian dalam berbagai kajian akademik, khususnya terkait dampaknya terhadap keberlangsungan usaha pedagang kecil (Cahyaningsih, 2024). Kehadiran ritel modern sering kali dipersepsikan sebagai ancaman bagi usaha tradisional karena perbedaan skala usaha, sistem manajemen, serta kekuatan modal yang dimiliki. Kondisi ini menunjukkan bahwa ekspansi ritel modern berpotensi menciptakan tekanan persaingan yang signifikan bagi pelaku usaha kecil di tingkat lokal.

Dalam konteks tersebut, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi kelompok yang paling rentan terdampak oleh perubahan struktur pasar ritel. UMKM umumnya memiliki keterbatasan modal, jaringan distribusi yang sempit, serta kemampuan manajerial yang relatif terbatas dibandingkan ritel modern berjangkauan (Baskara, 2022). Selain itu, UMKM sering kali bergantung pada konsumen lokal dengan daya beli yang relatif homogen, sehingga perubahan preferensi konsumen dapat berdampak langsung pada pendapatan usaha mereka.

UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berperan dalam pemerataan pendapatan dan penguatan ekonomi lokal, baik di negara berkembang maupun negara maju (Novitasari, 2022). Keberadaan UMKM menjadi fondasi penting bagi ketahanan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah yang belum sepenuhnya terjangkau oleh industri berskala besar.

Di lingkungan pondok pesantren, UMKM memiliki fungsi yang lebih luas dari sekadar aktivitas ekonomi (Yakin & Fauziyah, 2023). UMKM di kawasan pesantren berperan sebagai sarana pemberdayaan ekonomi santri serta masyarakat sekitar, sekaligus mendukung kemandirian ekonomi lembaga pesantren. Aktivitas ekonomi berbasis UMKM di lingkungan pesantren sering kali terintegrasi dengan nilai-nilai keagamaan dan sosial, sehingga keberlangsungannya memiliki arti strategis bagi stabilitas ekonomi dan sosial masyarakat setempat.

Namun demikian, masuknya ritel modern ke lingkungan pesantren kerap menimbulkan kekhawatiran tersendiri. Kehadiran minimarket modern dikhawatirkan dapat menurunkan pendapatan UMKM lokal akibat persaingan usaha yang dinilai tidak seimbang, baik dari aspek permodalan, sistem manajemen, teknologi, maupun jaringan distribusi. Dalam perspektif ekonomi lokal, kondisi ini berpotensi menciptakan ketimpangan persaingan usaha antara ritel modern dan UMKM (Abdi, 2024).

Beberapa penelitian empiris menunjukkan bahwa keberadaan minimarket berjangkauan dapat memengaruhi pendapatan UMKM yang menjual produk sejenis. Kurniawan (2022) menemukan bahwa pergeseran preferensi konsumen menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan

menurunnya kinerja usaha UMKM. Konsumen cenderung beralih ke ritel modern karena mempertimbangkan kenyamanan, kebersihan, kepastian harga, serta kelengkapan produk yang ditawarkan (Neneng & Zega, 2024).

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Tumewu et al., (2019) di Motoling yang menunjukkan bahwa kehadiran minimarket modern berdampak pada penurunan jumlah pengunjung, omzet penjualan, dan keuntungan pedagang tradisional. Konsumen lebih memilih berbelanja di minimarket yang menawarkan kemudahan akses dan pengalaman belanja yang lebih nyaman.

Meskipun demikian, tidak semua penelitian menunjukkan bahwa kehadiran ritel modern selalu berdampak negatif terhadap UMKM. Annastasya, (2024) mengemukakan bahwa dalam kondisi tertentu, ritel modern dan UMKM dapat bersifat saling melengkapi melalui diferensiasi produk dan segmentasi pasar. UMKM yang mampu beradaptasi dengan menonjolkan keunikan produk lokal, kualitas barang, serta pelayanan yang lebih personal dapat mempertahankan bahkan meningkatkan daya saing usahanya.

Namun, karakteristik UMKM yang memiliki keterbatasan modal, akses pasar, dan kapasitas manajerial tetap menjadikan sektor ini rentan terhadap tekanan persaingan dari usaha berskala besar dan berjangkauan (Tambunan, 2012). Oleh karena itu, perbedaan temuan dalam penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dampak ritel modern terhadap UMKM sangat kontekstual dan dipengaruhi oleh kondisi sosial-ekonomi wilayah setempat.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji secara empiris pengaruh keberadaan Alfamart terhadap tingkat pendapatan UMKM di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek. Lingkungan pesantren memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang khas, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami dinamika persaingan ritel modern dan UMKM, serta menjadi dasar pertimbangan dalam perumusan kebijakan pengembangan UMKM yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi tingkat pendapatan UMKM sebelum dan sesudah keberadaan Alfamart di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek, Kabupaten Cirebon. Metode deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hubungan kausal atau pengaruh secara inferensial, melainkan untuk memotret perubahan kondisi ekonomi UMKM berdasarkan persepsi pelaku usaha. Oleh karena itu, istilah “dampak” dalam penelitian ini digunakan dalam konteks deskriptif empiris, bukan sebagai klaim kausalitas.

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek, Kabupaten Cirebon, dengan batasan lokasi UMKM yang berada dalam radius ± 500 meter dari gerai Alfamart. Penentuan radius tersebut didasarkan pada asumsi bahwa UMKM dalam jarak tersebut memiliki potensi interaksi pasar yang langsung dengan keberadaan ritel modern. Pengambilan data dilakukan pada tahun 2026, dengan periode pembandingan pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart, berdasarkan ingatan dan pencatatan sederhana pelaku UMKM.

B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang beroperasi di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek dalam radius penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria UMKM yang telah beroperasi minimal satu tahun sebelum dan masih beroperasi setelah keberadaan Alfamart. Jumlah sampel sebanyak 30 responden dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan populasi UMKM yang memenuhi kriteria tersebut serta karakter penelitian yang bersifat deskriptif eksploratif. Dalam penelitian deskriptif sosial ekonomi berskala lokal, ukuran sampel kecil masih dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi empiris sepanjang tidak digunakan untuk generalisasi statistik (Sekaran & Bougie, 2016; Hidayat, 2020).

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel utama dalam penelitian ini adalah pendapatan UMKM, yang didefinisikan sebagai rata-rata penerimaan usaha yang diperoleh pelaku UMKM dalam periode tertentu (harian atau bulanan) sebelum dikurangi biaya operasional, sebagaimana dipersepsikan dan dilaporkan oleh

responden. Pendapatan diukur berdasarkan kategori perubahan pendapatan, yaitu menurun, tetap, atau meningkat, dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui kuesioner tertutup yang disebarlang langsung kepada responden. Kuesioner memuat pertanyaan terkait identitas usaha, jenis usaha, serta perubahan pendapatan sebelum dan sesudah keberadaan Alfamart. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku referensi, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik ritel modern dan UMKM.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum digunakan, instrumen kuesioner disusun berdasarkan kajian literatur dan dikonsultasikan secara konseptual untuk memastikan validitas isi (*content validity*). Mengingat kuesioner bersifat sederhana dan deskriptif dengan kategori jawaban terbatas, uji reliabilitas statistik tidak dilakukan. Namun, konsistensi jawaban responden dijaga melalui keseragaman indikator pertanyaan dan klarifikasi langsung saat pengisian kuesioner, sebagaimana lazim dalam penelitian deskriptif lapangan berskala kecil.

F. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif, berupa distribusi frekuensi dan persentase untuk menggambarkan perubahan tingkat pendapatan UMKM. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan narasi interpretatif guna memberikan gambaran empiris mengenai kondisi UMKM setelah keberadaan Alfamart, tanpa menarik kesimpulan kausal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 30 pelaku UMKM yang berada di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek dalam radius ± 500 meter dari gerai Alfamart. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah menjalankan usaha sebelum dan sesudah berdirinya Alfamart. Analisis dilakukan secara deskriptif untuk melihat perubahan tingkat pendapatan UMKM sebagai dampak keberadaan ritel modern.

**Tabel 1. Perubahan Tingkat Pendapatan UMKM
Setelah Keberadaan Alfamart**

No.	Kondisi Pendapatan UMKM	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Menurun	25	83,33%
2	Tetap	5	16,67%
3	Meningkat	0	

Total

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 1, diketahui bahwa sebagian besar UMKM mengalami penurunan tingkat pendapatan setelah berdirinya Alfamart. Dari total 30 responden, sebanyak 25 pelaku UMKM atau sebesar 83,33% menyatakan pendapatannya menurun. Sementara itu, 5 responden atau 16,67% menyatakan pendapatannya tetap, dan tidak terdapat responden yang mengalami peningkatan pendapatan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberadaan Alfamart memberikan dampak terhadap kondisi pendapatan UMKM di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek. Penurunan pendapatan yang dialami mayoritas pelaku usaha mengindikasikan adanya perubahan pola belanja masyarakat setelah hadirnya ritel modern. Konsumen cenderung beralih berbelanja ke Alfamart, sehingga intensitas transaksi di UMKM tradisional menjadi berkurang dan berdampak langsung pada omzet penjualan. Penurunan pendapatan UMKM akibat keberadaan ritel modern sejalan dengan teori persaingan usaha, di mana pelaku usaha dengan skala kecil cenderung mengalami penurunan pangsa pasar ketika berhadapan langsung dengan pelaku usaha berskala besar (Porter, 2008). Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa ritel modern dapat memberikan tekanan signifikan terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional di wilayah sekitar lokasi operasionalnya (Dewi, Ni Luh Putu, 2018).

Meskipun demikian, masih terdapat sebagian UMKM yang pendapatannya tetap setelah berdirinya Alfamart. Kondisi ini menunjukkan bahwa dampak keberadaan ritel modern tidak

dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku UMKM. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor jenis usaha, lokasi usaha, serta hubungan kedekatan antara pelaku UMKM dengan konsumennya. Perubahan perilaku konsumen yang mengutamakan kenyamanan, harga pasti, dan kelengkapan produk menjadi salah satu faktor utama pergeseran preferensi belanja masyarakat (Kotler & Keller, 2016). Namun secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan Alfamart cenderung berdampak pada penurunan pendapatan UMKM di wilayah penelitian.

Tabel 2. Jenis UMKM Responden di Sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek

No.	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1	Warung kelontong	15	50%
2	Usaha Makanan/Minuman	10	33,33%
3	Usaha Jajanan	5	16,67%
Total			

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 2, jenis UMKM yang paling banyak ditemukan di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek adalah warung kelontong, yaitu sebanyak 15 usaha atau 50% dari total responden. Selanjutnya, usaha makanan dan minuman berjumlah 10 usaha atau 33,33%, serta usaha jajanan sebanyak 5 usaha atau 16,67%. Data ini menunjukkan bahwa UMKM di sekitar pesantren didominasi oleh usaha yang bergerak dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Dominasi warung kelontong berkaitan erat dengan hasil pada Tabel 1 yang menunjukkan tingginya persentase penurunan pendapatan UMKM. Warung kelontong menjual produk yang serupa dengan barang yang ditawarkan oleh Alfamart, sehingga persaingan terjadi secara langsung. Kondisi ini menyebabkan warung kelontong menjadi jenis usaha yang paling rentan terdampak oleh keberadaan ritel modern.

Sementara itu, UMKM yang bergerak di bidang makanan, minuman, dan jajanan relatif memiliki peluang untuk tetap bertahan karena produk yang ditawarkan bersifat siap konsumsi dan dibutuhkan secara langsung oleh konsumen di sekitar pesantren. Hal ini menunjukkan bahwa jenis usaha berpengaruh terhadap tingkat dampak yang dirasakan UMKM akibat keberadaan Alfamart. Dengan demikian, keberadaan ritel modern memberikan dampak yang berbeda-beda terhadap UMKM, namun secara umum lebih berdampak pada usaha yang menjual produk sejenis dengan ritel modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 30 pelaku UMKM di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek, Kabupaten Cirebon, dapat disimpulkan bahwa keberadaan Alfamart memberikan dampak terhadap tingkat pendapatan UMKM di wilayah tersebut. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan setelah berdirinya Alfamart, yaitu sebesar 83,33% responden, sementara 16,67% responden menyatakan pendapatannya tetap, dan tidak terdapat UMKM yang mengalami peningkatan pendapatan. Temuan ini menunjukkan bahwa kehadiran ritel modern telah mengubah kondisi ekonomi pelaku UMKM di sekitar pesantren.

Dampak penurunan pendapatan tersebut terutama dirasakan oleh UMKM yang bergerak di bidang warung kelontong. Hal ini disebabkan oleh adanya kesamaan jenis barang yang dijual antara warung kelontong dan Alfamart, sehingga terjadi persaingan secara langsung dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari konsumen. Kondisi ini menyebabkan berkurangnya jumlah pembeli pada warung kelontong, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan omzet dan pendapatan usaha. Sebaliknya, UMKM yang bergerak di bidang makanan, minuman, dan jajanan relatif memiliki peluang untuk tetap bertahan karena produk yang ditawarkan bersifat siap konsumsi dan memiliki kedekatan dengan kebutuhan serta kebiasaan masyarakat sekitar pesantren.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak keberadaan Alfamart terhadap UMKM di sekitar Pondok Pesantren KHAS Kempek tidak dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku usaha, melainkan bergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Meskipun demikian, secara umum keberadaan Alfamart cenderung berdampak pada penurunan tingkat pendapatan UMKM

tradisional, khususnya pada usaha yang menjual produk sejenis dengan ritel modern. Oleh karena itu, diperlukan upaya adaptasi dan pemberdayaan UMKM, baik melalui peningkatan kualitas produk, penyesuaian jenis usaha, maupun dukungan dari pihak terkait, agar UMKM mampu bertahan dan meningkatkan daya saing di tengah perkembangan ritel modern.

BIBLIOGRAFI

- Abdi, R. M. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang*. Universitas Andalas.
- Amri, A., Salawali, W. A., Indama, I. S., Wahdaniah, W., & Bahasoan, A. N. (2024). Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Pandemi COVID-19: Implikasi bagi Pasar Ritel di Indonesia. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5005–5017.
- Annastasya, A. S. (2024). *Analisis Strategi Diferensiasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Produk Buak Tat Kehago Lampung)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Baskara, I. (2022). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era New Normal. *Abdimas*, 8(4), 241–250.
- Cahyaningsih, C. (2024). *Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Warungasem Kabupaten Batang, Jawa Tengah)*. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Chairani, L. (2024). Pengaruh Urbanisasi terhadap Perubahan Struktur Ekonomi. *Circle Archive*, 1(5).
- Dewi, Ni Luh Putu, dan I. M. W. (2018). Pengaruh Keberadaan Ritel Modern terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (6/E). *Baski, Essex: Pearson Education Limited*.
- Kurniawan, D. (2022). *Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Umkm Di Kec. Pulosari Kab. Pandeglang Banten Tahun 2020)*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Neneng, I. S., & Zega, A. (2024). Analisis kepuasan pelanggan dalam memilih minimarket di Kecamatan Sipora Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–7.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es.
- Tumewu, C., Massie, J. D. D., & Pandowo, M. H. C. (2019). The Analysis of Before and After The Presence Of Modern Retail on Traditional Retail in Motoling. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Yakin, A., & Fauziyah, R. (2023). Aktualisasi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Pondok Pesantren: Kebijakan Dan Ekonomi Bisnis. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(5), 1192–1203.