

IMPLIKASI KEHADIRAN RITEL MODERN ALFAMART DAN INDOMARET TERHADAP RITEL TRADISIONAL DI KECAMATAN TILAMUTA

Samin Latif^{1a}, Fibriyanti S. Lakoro^{2b}, Sukrianto^{3c}

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bina Mandiri Gorontalo

^{2,3}Akuntansi Sektor Publik, Fakultas Pemerintahan & Sektor Publik, Universitas Bina Mandiri Gorontalo

Samin.latif88@gmail.com^a, fibriyantilakoro@ubmg.ac.id^b, sukriyanto@ubmg.ac.id^c

INFO ARTIKEL:

Dikumpulkan: 19 Mei 2024;

Diterima: 27 Mei 2024; Terbit/Dicetak:

31 Mei 2024;

ABSTRACT

The shift of customers in Tilamuta District from traditional retail to modern retail has led to a significant decline in income for traditional retailers. The rapid technological advancements have shaped a mindset in society that prioritizes convenience, particularly in shopping at modern retail outlets. This study aims to explore the implications of the presence of modern retail chains, specifically Alfamart and Indomaret, on traditional retail businesses in Tilamuta District. The research employs an exploratory approach with a qualitative methodology, utilizing primary and secondary data sources. Data collection methods include observation, interviews, and documentation. Data analysis follows the Miles and Huberman model, involving data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the presence of Alfamart and Indomaret negatively impacts traditional retailers, who are forced to compete by mimicking the products of these modern retailers. This competition is exacerbated by the rapid expansion of Alfamart and Indomaret, especially within a 100-meter radius of traditional shops, which intensifies the pressure on traditional retail businesses.

Keywords: Retail Competition, Traditional vs. Modern Retail, Impact of Modern Retail, Consumer Behavior, Small Business Sustainability

ABSTRAK

Para pelanggan ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta telah beralih berbelanja di ritel modern sehingga memberikan masalah pendapatan pada ritel tradisional yang menurun dibandingkan sebelumnya. Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat pola pikir setiap masyarakat dengan sangat praktis dan sangat mudah terutama berbelanja di ritel modern. Tujuan penelitian untuk mengetahui implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif dengan jenis penelitian kualitatif. Sumber data dalam hal ini primer dan sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang dapat dilakukan menggunakan model analisis Miles dan Huberman sehingga dilaksanakan dan dilakukan melalui pengumpulan data langsung melalui analisis seperti reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/penarikan kesimpulan. Hasil penelitian adalah implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta memberikan dampak secara negatif pada pemilik ritel tradisional. Dimana ritel tradisional dapat meniru produk yang ada di Alfamart dan Indomaret, Bahkan dengan pertumbuhan yang lebih berkembang Alfamart dan Indomaret pada kategori perekonomian yang diatas. Implikasi negatif ritel tradisional, sehingga adanya pesaing-pesaing yang dimiliki pada toko berdekatan pada jarak radius 100 meter.

Kata Kunci: Persaingan Ritel, Ritel Tradisional vs. Modern, Dampak Ritel Modern, Perilaku Konsumen Keberlanjutan Usaha Kecil



Volume 20. Number 2,

May 2024, pp. 86-95

<http://doi.org/10.23960/jbm.v20i2.2778>

Corresponding author:

Sukrianto

Akuntansi Sektor Publik, Fakultas

Pemerintahan & Sektor Publik,

Universitas Bina Mandiri Gorontalo

Email: sukriyanto@ubmg.ac.id

PENDAHULUAN

Bisnis dalam bentuk ritel dikategorikan dalam tingkat, ukuran, modernitas, bentuk serta lainnya. Mak didapatkan beberapa hal seperti jenis bisnis ritel, hanya disesuaikan dengan bisnis ritel yang digambarkan sebagai *in-store retailing*. Bisnis ritel dengan penggunaan toko yang jualan barang dagangan. Sehingga dengan adanya pembahasan isu yang selama ini terkait perkembangan bisnis ritel yang sering muncul di media massa, forum diskusi, media cetak dan tanpa tersadar bahwa kadang fokus dalam ritel yang dapat dilihat secara langsung seperti keberadaan toko dalam hal ini usaha eceran. Pasar tradisional yang menjadi tombak awal di setiap desa memang

sangatlah dikelola secara mandiri. Sehingga peran Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN serta BUMD harus melaksanakan kerjasama pada pihak swasta sehingga mendukung kios, los, usaha yang sangat kecil yang dijalankan pedagang kecil, menengah, swasta dan koperasi.

Kemunculan toko modern membuat timbulnya persaingan seperti diketahui toko modern lebih menekankan pada layanan dengan mandiri, penjualan barang dengan bentuk eceran di supermarket, minimarket atau grosir serta ritel lainnya. Secara rasional memang mempermudah konsumen dalam belanja pada minimarket dengan melihat dengan melihat pada harga ritel modern yang memang lebih maham kalau dibandingkan ritel tradisional sehingga memang banyak konsumen yang akan belanja di ritel modern sehingga banyak penawaran diskon dan gaya hidup masyarakat (Juliana et al., 2023). Banyak toko dan kios kecil yang memang terdampak baik dengan langsung dan tidak langsung pada kehadiran ritel modern. Keberadaan lokasi tempat berdirinya ritel modern sangatlah strategis, luas toko yang besar, lahan parkir yang tersedia, ruangan yang ber AC, serta diskon atau potongan harga member yang tersedia.

Sangatlah berbeda dengan ritel tradisional yang banyak dinilai konsumen seperti cukup strategis dan ada yang kurang strategis tempatnya, tidak memiliki lahan parkir yang luas, luas toko ada yang besar, kecil dan sedang, ada toko yang memiliki AC tetapi lebih dominan tidak memiliki AC, barang yang dinilai kurang rapi dan ritel tradisional kurang memiliki keranjang. Pedagang ritel tradisional menilai kehadiran ritel modern memberikan dampak negatif pada eksistensi usaha mereka. Secara garis besar akan memberikan dampak pada pendapatan, penjualan, pembeli atau pengunjung yang semakin menurun setelah ritel modern memang terdapat pada usaha yang ada. Ritel tradisional yang berdampak pada usaha yang secara langsung pelanggan tetap loyal pada usaha mereka (Alfian & Siregar, 2022). Bahkan produk dan persediaan yang ditawarkan di ritel modern seperti keberadaan Alfamart dan Indomaret yang memang lengkap.

Kualitas produk yang memang memiliki kategori baik di Indomaret dan Alfamart, kemasan produk yang sangatlah menarik, variasi produk yang banyak dan bermacam-macam. Tetapi ritel tradisional tidak semua produk yang tersedia dan kurang lengkap, kualitas produk yang lebih baik, baik dan kurang baik, kemasan produk yang kurang menarik dan produk yang tersedia kurang bervariasi. Selain itu penjualan barang, promosi ritel modern yang dilakukan dengan pemasangan spanduk yang dilakukan ritel modern di pinggir yang memang akan menarik konsumen. Memang iklan atau spanduk seperti itu akan menarik pelanggan karena adanya promosi. Bahkan promosi yang memberikan penawaran menarik yang membuat pelanggan tertarik. Hasil penelitian yang membuktikan adanya faktor dengan beberapa ketentuan munculnya keberhasilan pada ritel modern dengan menggunakan strategi dalam bisnis, tampilan, fisik citra serta lainnya. Semuanya adalah faktor penting keberhasilan dalam menentukan ritel modern (Chaniago et al., 2019).

Fakta dilapangan ritel modern kadang datang dirumah untuk melakukan promosi, bahkan sekarang Alfamart dan Indomaret sudah melakukan pengantaran barang melalui sistem teknologi digitalisasi. Ritel tradisional memang tidak seperti ritel tradisional karena kadang menyesuaikan apa yang menjadi keunggulan ritel tradisional. Pelayanan ritel modern baik di Alfamart dan Indomaret memberikan layanan yang sangat bagus. Biasanya dari penyambutan, sopan dan mencarikan barang yang diinginkan. Tetapi ritel tradisional sebagian pemilik atau karyawan kadang tidak memberikan layanan dengan maksimal disebabkan kesibukan di toko. Dampak lain seperti diketahui harga yang berada pada ritel modern lebih terjangkau dan terdapat diskon dengan kategori member. Ritel tradisional memang tidak menerapkan hal seperti itu, karena mereka belanja di grosir atau toko yang besar dengan menjual harga mencari keuntungan. Memang secara sederhana perbandingan harga jual toko virtual yang satu dan lainnya sering timbul perang harga (Ong et al., 2020). Bahkan ciri utama ritel tradisional memiliki harga tawar menawar sedangkan ritel modern lebih menekankan harga yang sudah pasti (Hikmawati, D., & Nuryakin, 2017).

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tilamuta dengan fokus pada Ritel Modern dan Ritel Tradisional yang memang menjadi perhatian. Fokus lokasi penelitian berada di Desa Mohungo, Desa Hungayonaa, Desa Piloliyanga, Desa Lamu dan Desa Modelomo. Berikut ini hasil observasi ritel modern dan tradisional yang terdapat di Kecamatan Tilamuta sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Ritel Modern dan Tradisional

No	Lokasi	Ritel Tradisional	Ritel Modern
1	Desa Mohungo	6	1
2	Desa Hungayonaa	7	2
3	Desa Piloliyanga	10	2
4	Desa Lamu	9	1
5	Desa Modelomo	8	2
	Total	40	8

Sumber data : Diskomperindag Kabupaten Boalemo, 2024

Memang terdapat beberapa kekurangan yang tidak menjadikan ritel tradisional tidak memiliki keunggulan, keunggulannya adalah bersahabat dengan pembeli kadang harganya bisa ditawar. Bahkan bisa behutang dan bisa dibayar, selain itu jangkauan yang dekat rumah bisa ditawarkan. Ritel tradisional menyediakan barang yang memang cukup murah sehingga masyarakat yang memiliki pendapatan dibawah rata-rata perbulannya memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam memenangkan persaingan dengan bisnis ritel modern. Strategi penawaran dan pemasaran eceran antara ritel modern Alfamart dan Indomaret serta ritel tradisional satu dengan lainnya. Keamanan ritel harus tetap dijaga karena konsumen merasa nyaman saat belanja. Pelanggan ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta telah beralih berbelanja di ritel modern sehingga memberikan masalah pendapatan pada ritel tradisional yang menurun dibandingkan sebelumnya.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat pola pikir setiap masyarakat sehingga mampu sangatlah praktis serta harus cepat untuk berbelanja di ritel modern. Bahkan pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang lebih cenderung dilakukan masyarakat secara online di ritel modern dibandingkan ritel tradisional. Akan tetapi dengan munculnya ritel modern mampu merubah perilaku pembeli atau masyarakat, tidak dipungkiri memang sebagian besar konsumen tetap melakukan pembelian produk di ritel tradisional. Hal ini, menyebabkan banyak konsumen/pembeli/masyarakat lebih banyak menggunakan internet untuk mencari informasi produk dan membandingkan harganya di Alfamart atau Indomaret dibandingkan ritel tradisional. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta.

KAJIAN LITERATUR

Manajemen

Definisi manajemen merupakan langkah sosial sehingga memang perbedaan yang terjadi atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, motivasi, pengkoordinasi serta kendali yang memang harus diterapkan pada upaya pegawai dengan pemanfaatan dalam pencapaian tujuan yang memang diharapkan (Hamdi Agustin, 2018). Sehingga proses dalam memperoleh kegiatan untuk dilaksanakan dengan efektif dan efisien pada orang lain untuk perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, pengarahan, koordinasi, pelaporan dan penganggaran. Manajemen merupakan ilmu dan seni dalam pengaturan, pengendalian, komunikasi dan pemanfaatan pada sumber daya organisasi melalui pemanfaatan fungsi manajemen sehingga organisasi demi pencapaian tujuan dengan efisien dan efektif (Kristiawan, 2017).

Manajemen Bisnis

Dalam dunia usaha, memang manajemen bisnis secara umum sering jadi perbincangan. Manajemen bisnis merupakan rangkaian proses kegiatan usaha yang terdiri dari perencanaan, pengerjaan hingga pengawasan sehingga mampu bertujuan dalam memaksimalkan hasil dan target yang memang dapat dicapai. Bahkan tanpa dukungan manajemen bisnis bukan tidak mungkin akan menghasilkan penjualan yang tidak akan didapatkan. Penguatan manajemen bisnis penekanan sesuai manajemen produk serta manajemen pemasaran dengan keuangan dalam pencapaian *output* bisnisnya (Wahyuni & Wibawani, 2020).

Ritel

Retailing merupakan aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan jasa dengan langsung pada pelanggan (Sunnyoto, 2015). Konsumen akan menjadi sasaran dari ritel dimana konsumen akan membeli produk yang dikonsumsi sendiri. Ritel meliputi langkah dalam keterlibatan untuk menjual barang dan jasa dengan langsung pada konsumen dalam menggunakan pribadi dan bukan bisnis (Kotler, 2016). Usaha ritel lebih fokus dalam menjual barang harian dimana dibagi atas 2 yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Penjualan produk atau layanan pada langganan sesuai harapan individu, keluarga dan rumah tangga biasa disebut ritel. Ritel menunjukkan terdapat langkah dalam pemecahan masalah dan memotong sesuatu dengan jumlah yang besar dan banyak pada produsen pada perusahaan dapat dikonsumsi pada pengguna diakhir sesuai total kebutuhannya (Utami, 2017).

Jenis-jenis Ritel

Jenis-jenis ritel dapat dibedakan dalam beberapa tingkat layanan sebagai berikut : (Kotler, 2016)

1. *Swalayan/Self Services*
2. *Swapilih/Self Selection*

3. Pelayanan Penuh/*Full Service*4. Pelayanan Terbatas/*Limited Service*

Ritel hadir dengan beberapa bentuk atau ukuran. Kategori ritel yang dapat dibagi menjadi *foof ritel*, *general merchandise ritel* dan *non store ritel* (Weitz, 2018).

1. *Food Retailer*

- a. Supermarket, kategori ritel ini muncul dengan ukuran dan bentuk sesuai dengan kebutuhan baik harian atau diluar harian.
- b. Supercenter, ritel yang memang berkembang sangatlah pesat dengan ukuran toko 150.000 - 220.000 meter persegi dengan penawaran harganya.
- c. Hypermarket, menjadi ritel yang memang berkembang sangat cepat dengan menjual barang 40.000 hingga 60.000 jenis.
- d. *Warehouse club* menjadi ritel yang memang menyediakan makan dan barang dagangan dengan memiliki keterbatasan pada usaha kecil, dengan adanya layanan serta harga sesuai keterbatasan pada langgan yang memang sangat kecil.
- e. *Convenience store* yang lebih menawarkan pilihan produk yang memang sangat terbatas terutama pada ruang 2.000 - 3.000 meter persegi pada harga mudah dijangkau.

2. *General Merchandise Retailer*

- a. Departement store atau toserba, menjadi usaha ritel dalam penjualan produk terutama dalam pemberian layanan pada pelanggan serta memberikan ruangan sebagai langkah dalam hal ini tidak memiliki kesamaan dengan barang jualan.
- b. *Full-line discount store*, menjadi pengecer akan mempersiapkan produk sangat luas, dengan jumlah layanan sesuai kebutuhan harga yang dijangkau.
- c. *Speciality storei*, menjadi ritel yang memang fokus pada pilihan sesuai dengan produknya dalam penawaran layanan dengan sangat tinggi pada toko yang relatif kecil.
- d. *Drugstore*, peritel yang fokus melalui penjualan produk kesehatan dan kecantikan melalui layanan baik pada barang yang memiliki hubungan pada industri farmasi.
- e. *Category specialists*, pengecer yang memiliki kategori dalam penawaran terutama berkaitan dengan penghematan besar.
- f. *Extreme value*, pengecer yang jualan produk tapi terbatas pada harga dengan kategori rendah dimana adanya toko memberikan diskon dengan lengkap melalui toko kecil.
- g. *Off-price retailers*, pedagang yang disediakan pada produk dengan merek sesuai harga yang memang tidak ada ketentuan atau rendah.

3. *Non Store Retail*

- a. *Electronic retailers*, peritel sesuai komunikasi pada langganan dalam dengan penyediaan produk dan layanan yang akan dijual dengan online.
- b. *Catalog and direct mail retailers*, pertel sesuai dengan katalog dalam penjualan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan melalui komunikasi pada beberapa katalog.
- c. *Direct selling*, strategi ritel yang dimana melalui penjualan pada pergi secara langsung pada rumah dan tempat kerja melalui langganan melalui pemanfaatan melalui nilai produk yang ditawarkan.
- d. *Television home shopping*, ritel yang memang akan dikenal dalam bentuk belanja pada rumah seperti televisi melalui pelanggan melalui penawaran rekomendasi produk dalam melakukan pemesanan pada telepon untuk kebutuhan produk.
- e. *Vending machine retailing*, barang jualan mesin penjualan otomatis sesuai dengan kebutuhan pelanggan menggunakan uang tunai atau kartu kredit pada mesin.
- f. *Service retailing*, ritel yang lebih menawarkan pada jasa dengan eksklusif sesuai dengan penjualan yang lebih banyak pada barang.

Ritel Tradisional dan Ritel Modern

Kebijakan Pemerintah terkait bisnis ritel memang cenderung melalui pendekatan dibatasi pada bisnis ritel dengan *in-store retalling*. Salah satu yang menjadi pertimbangan melalui batasan terkait ritel tradisional dan ritel modern. Perpres Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dengan adanya keterbatasan baik ritel tradisional atau modern dengan berikut : (Utomo, 2011)

1. Pasar tradisional merupakan pasar yang memang dibangun serta dikelola melalui pedagang kecil, menengah,

swadaya, masyarakat dan koperasi melalui proses penawaran.

2. Toko modern menjadi toko yang memang dilaksanakan melalui penggunaan sistem layanan dengan mandiri dalam penjualan barang dengan baik.

Indikator Ritel Tradisional

Dalam mengukur sejauhmana keberhasilan ritel tradisional harus dilakukan dengan beberapa pengendalian yang digunakan dengan perubahan sehingga memang akan terjadi pada sebuah kejadian dan kegiatan. Indikator yang memang diklasifikasikan pada toko/ritel tradisional sebagai berikut : (Elisabet Eva Novenia, 2017)

1. Toko tradisional memiliki dekorasi dengan menarik dilihat dan diingat kembali.
2. Toko yang bersih dengan barang jualan.
3. Tersedianya tempat duduk yang nyaman.
4. Pedagang yang memang rapi.
5. Layanan yang sangat tepat dan cepat.

Indikator Ritel Modern

Indikator toko atau ritel modern dalam hal ini berbicara terkait perkembangan ritel modern, terutama dalam perputaran uang, uang, jumlah gerai, pemain dan kebutuhan sehingga adanya dampak atau indikator sebagai berikut : (ST Sujana, 2013).

1. Pertumbuhan ekonomi.
2. Besar populasi dan pertumbuhan jumlah penduduk.
3. Kebijakan pemerintah

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai untuk mengetahui implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta adalah penelitian eksploratif secara kualitatif. Metode penelitian eksploratif merupakan penelitian yang memiliki tujuan dalam melihat kebutuhan objek dengan langsung (Arikunto, 2017). Jenis penelitian yang mendukung penelitian eksploratif melalui penelitian kualitatif yang akan memberikan pemahaman pada fenomena terkait subyek penelitian menggunakan metode alamiah (Moleong, 2013). Lokasi penelitian dilaksanakan pada Kecamatan Tilamuta dengan alasan bahwa lokasi penelitian yang memang sangat mudah dijangkau sehingga dalam pengumpulan data dan dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya. Lokasi penelitian dilaksanakan karena belum adanya penelitian yang sebelumnya dilakukan yang lebih spesifik membahas pada implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta. Sumber data primer yang bersumber dari ritel modern (Alfamart dan Indomaret) dan ritel tradisional. Sumber data sekunder yang berasal dari data penelitian secara tidak langsung baik pihak lain atau media lain. Metode pengumpulan data yang dilaksanakan melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Metode analisis data yang dilakukan menggunakan model Miles and Huberman yang dilaksanakan dan dilakukan melalui pengumpulan data langsung dan setelah dilakukan pengumpulan data pada periodenya. Analisis data yang dapat dipakai antara lain reduksi data, penyajian data dan kesimpulan (Sugiyono, 2018).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implikasi Positif Masuknya Ritel Modern di Kecamatan Tilamuta

Masuknya Alfamart dan Indomaret bagi Kabupaten Boalemo terutama di Kecamatan Tilamuta, dari segi pendapatan pada pajak memang bisa membantu daerah. Bahkan mampu mendorong bagi masyarakat yang memiliki ekonomi lemah dapat tumbuh dan berkembang dalam pembangunan usahanya dan menjalankan usahanya. Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Boalemo memberikan tanggapan masuknya ritel modern baik Alfamart dan Indomaret dengan menguntungkan daerah Kabupaten Boalemo khususnya Kecamatan Tilamuta. Keberadaan Alfamart dan Indomaret mampu mendorong pemilik ritel tradisional yang memiliki ekonomi lemah, menengah dan ekonominya sudah diatas sehingga mamu tumbuh dan lebih berkembang. Tetapi kehadiran Alfamart dan Indomaret bagi tataran ekonomi yang sudah diatas rata-rata bagi pemilik ritel tradisional yang masih di bawah dan menengah jelas lebih mengikuti kreatif yang ada di Alfamart dan Indomaret. Karena di Alfamart dan Indomaret memilki macam-macam produk dan barang yang sejenis atau lebih.

Ritel modern diharapkan menjai ritel dengan memberikan layanan yang digunakan pada sistem layanan dengan mandiri, melalui prinsip dasar ekonomi atau bisnis dengan tujuan mampu memberikan kesejahteraan pada masyarakat dengan seimbang atau adil. Sehingga landasan yang memang memiliki pihak dalam keterlibatan di ekonomi yang saling menindas serta eksploitasi dengan lainnya (Ihwanudin & Beladiena, 2020). Untuk peningkatan daya saing pada pasar modern harus melihat pertimbangan pada sisi internal dan eksternal diantaranya (1) Meningkatkan jualan untuk produk dan melakukan pemasaran. (2) Mengembangkan mitra melalui perusahaan yang besar, (3) Membangun hubungan baik antara pemasok, ritel modern serta pemerintah, (4) Peningkatan pada daya saing, (5) Pemanfaatan teknologi informasi dan sarana promosi serta mampu membangun jaringan pasaran. (6) Peningkatan mutu produk sehingga memang perlu meningkatkan dan mempertahankan mutu pada produk dengan sehat untuk persaingan harga, (7) Peningkatan mutu SDM untuk manajemen serta pemasaran (8) Pengelolaan rantai bahan baku serta produk yang lebih efektif dan efisien (Dewi et al., 2021).

Memang secara garis besar bukan tidak mungkin akan lebih menguntungkan bagi Kecamatan Tilmuta Kabupaten Boalemo, dengan kehadiran Alfamart dan Indomaret dimana adanya beberapa keunggulan. Apabila dibandingkan dengan ritel tradisional sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa cabang di seluruh Kabupaten Boalemo, sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen.
2. Peningkatan pendapatan yang ada.
3. Layanan yang sangat ramah.
4. Mempunyai lahan parkir.
5. Fasilitas full AC dan lampu penerangan yang memadai.
6. Beberapa gerai Alfamart dan Indomaret terletak di desa yang masuk kategori komersial untuk dibuka 24 jam.
7. Harga produk yang memang relatif dijangkau dan murah bagi konsumen.
8. Kartu anggota pelanggan Alfamart dan Indomaret yang dapat diluncurkan.

Sekretaris DISKUMPERINDAG Kabupaten Boalemo menjelaskan kerugian secara garis besar tidak ada, DISKUMPERINDAG berpikir Alfamart dan Indomaret dapat membantu pemilik ritel tradisional. Karena Alfamart dan Indomaret banyak produk yang baru yang dimiliki ritel tradisional yang dapat tiru. Konsumen menjelaskan bahwa munculnya ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Tilmuta yang memberikan keuntungan pemilik ritel tradisional. Karena pemilik ritel tradisional dapat meniru sesuai dengan produk-produk yang ada di Alfamart dan Indomaret khususnya konsumen yang lebih menguntungkan pada pemilihan barang yang diinginkan produk tersebut saat ritel tradisional langsung bisa pergi Alfamart. Konsumen lain mengatakan, kehadiran Alfamart dan Indomaret dapat membantu pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti minyak kelapa dan gula pasir di Alfamart dan Indomaret harga dari kedua bahan yang memang dapat dijangkau kedua bahan. Apabila dibandingkan dengan ritel tradisional, dimana ritel modern Alfamart dan Indomaret yang menyediakan banyak barang diskon dan promo harga.

Usaha kecil yang membutuhkan harapan khusus pada pemerintah seperti warung kecil, toko kelontong dan lainnya. Memang usaha waralaba dapat didominasi sehingga beberapa daerah dengan munculnya Indomaret dan Alfamart dengan timbulnya dampak pada warung kecil yang ada disekitarnya (Rahayu, 2020). Keberadaan Alfamart dan Indomaret memang sangat memberikan dampak terutama pada omset toko kecil yang berada disekitaran minimarket dan toko kecil. Meskipun peraturan yang berlaku dan tidak adanya kegiatan yang dapat dilanggar ada peraturan undang-undang dan peraturan presiden, seperti halnya pendirian minimarket yang memang sesuai kebutuhan jalur utamanya (Azidin, 2019). Sehingga memang Alfamart dan Indomaret harus menyediakan beberapa pelayanan secara online sebagai berikut :

1. Jasa pemesanan tiket.
2. Pembayaran listrik token.
3. Pembayaran iuran BPJS.
4. Promo mingguan dan promo bulanan.
5. Terdapat promosi voucher belanja sehingga harga produk harga produk di Alfamart dan Indomaret yang memiliki kualitas, murah dan terjangkau.
6. Tersedianya lapangan kerja bagi lulusan SMA/SMK atau sederajatnya.

Alfamart dan Indomaret memang sangat membantu untuk semua kebutuhan. Artinya bahwa tagihan atau pembayaran yang memang adanya jatuh tempo. Sesuai dengan waktunya, karena bank yang sudah ditutup atau libur sesuai pembayaran di Alfamart dan Indomaret. Konsumen lain memberikan tanggapan bahwa promo yang ada di Alfamart dan Indomaret memang sangat membantu konsumen yang ingin berbelanja dan menarik banyak

konsumen yang berdatangan dan belanja di Alfamart dan Indomaret. Konsumen memberikan tanggapan bahwa Alfamart dan Indomaret memang sangat bagus, karena sudah menyediakan lapangan kerja.

Keberadaan toko tradisional dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal ini, menawarkan banyaknya lapangan kerja yang terlibat dalamnya (Setyawati, S. M., Suliyanto, S., & Suroso, 2018). Masuknya ritel modern memang memberikan dampak positif pada pemilik ritel tradisional yang memang meniru produk yang ada di Alfamart dan Indomaret. Keberadaan Alfamart dan Indomaret mampu mendorong bagi pemilik ritel tradisional yang memang punya ekonomi lemah, menengah dan ekonomis yang sudah diatas bertumbuh lebih kembang, karena Alfamart dan Indomaret sebagai tataran ekonomi yang sudah diatas.

Implikasi Negatif Masuknya Ritel Modern di Kecamatan Tilamuta

Kelemahan atau kekurangan dalam hal ini lebih menekankan pada sumber daya yang ada di ritel modern dan ritel tradisional sesuai dengan keterampilan dan kemampuan dalam meningkatkan kinerja usaha. Keterbatasan dan kekurangan sumber daya yang menekankan keterampilan dan kapasitas dengan menghambat kinerja efektif pada ritel modern dan ritel tradisional. Kebutuhan atas kapasitas manajemen, fasilitas, sumber daya dalam hal ini keuangan, keterampilan pemasaran dan citra merek menjadi hal yang berdampak lemah. Beberapa kelemahan yang dimasukkan adalah sebagai berikut :

1. Produk yang akan dijual memang sangatlah kurang sehingga tidak semua produk tersedia.
2. Desa yang ada di Kabupaten Boalemo kurang mengenal Alfamart dan Indomaret yang disebabkan kurangnya promosi.
3. Cabang yang memang tidak dapat mengikuti trend seperti tempat nongkrong pada minimarket.
4. Ruang yang relatif sempit.
5. Tidak semua toilet di Alfamart dan Indomaret bagus.

Munculnya pesaing yang mempunyai toko terdekat serta memiliki jarak 100 meter. Disebabkan pesaing yang memang tidak mudah dalam membangun toko yang diharapkan masyarakat. Sehingga memang perlu adanya langkah dalam mengembangkan serta mempunyai inovasi dalam menjalankan trendnya. Munculnya ancaman-ancaman yang dihadapi. Seperti wawancara dengan konsumen mengatakan bahwa di desa hampir sebagian belum meminati dalam berbelanja di Alfamart dan Indomaret. Memang kondisi jarak jauh dengan rumah kami, terutama rumah. Lebih memilih berbelanja di toko atau kios yang memang tidak jauh dari rumah. Pengaruh jumlah ritel modern yang jaraknya memang terdekat dengan ritel tradisional memberikan dampak secara langsung kinerja sektor ritel tradisional (Hikmawati, D., & Nuryakin, 2017). Beberapa ancaman yang dihadapi ritel modern sebagai berikut :

1. Adanya kompetitor pada usaha yang tidak jauh berbeda dengan Alfamart dan Indomaret,
2. Persaingan dengan adanya makanan dan kue tradisional lainnya.

Masuknya ritel modern dan memberikan dampak negatif pada ritel tradisional. Banyaknya pesaing-pesaing yang memiliki pesaing terdekat dengan jarak radius 100 meter. Sehingga banyaknya pesaing dalam membangun *brand image* yang dibentuk konsumen. Sehingga harus melaksanakan pengembangan dan inovasi sehingga terus mengikuti trend.

Implikasi Positif Adanya Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta

Analisis yang didapatkan dan diperoleh pada beberapa kekuatan yang ditandai dengan kehadiran ritel tradisional antara lain :

1. Tersedianya barang umum yang memang sangatlah dibutuhkan masyarakat/konsumen baik itu produk sembako dibungkus serta memiliki harga yang murag dari kompetitornya.
2. Memiliki kualitas produk yang beragam dan kualitas.
3. Gedung milik sendiri.
4. Bisa hutang.
5. Keberadaan toko di lokasi padat penduduk serta sangatlah strategis.
6. Layanan yang sangat ramah.
7. Banyaknya yang menyukai berbelanja di ritel tradisional.

Konsumen mengatakan ritel tradisional memang sangat membantu terutama saat tidak memiliki uang dan mendesak. Sehingga harus berbelanja kebutuhan pokok yang langsung hutang pada ritel tradisional dan pemilik ritelnya dengan merespon dengan baik. Dalam meningkatkan kualitas pada sumber daya manusia sehingga memang belum adanya kompleksitas. Bahkan sumber daya manusia pada toko dinilai sangatlah terbatas sehingga terutama

pada kemampuan sehingga tidak dapat dijadikan alasan yang menghambat toko berkembang (Sugianti & Sitorus, 2021). Memang secara mendasar bahwa konsumen yang melihat disekitaran wilayah yang ada. Konsumen lain menjelaskan bahwa toko yang ada disekitaran rumah akan membuat saya lebih mudah dalam berbelanja. Bahkan kebutuhan mendesak seperti kebutuhan minyak goreng dan gula pasir.

Bahkan konsumen lain, mengatakan bahwa lebih suka berbelanja di ritel tradisional atau toko yang ada di dekat rumah. Bahkan berada pada jauh dari rumah karena harga yang murah dan pemilik toko yang bersahabat. Sekretaris Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan memberikan penjelasan bahwa perlu adanya pelatihan bagi usaha ritel tradisional melalui pelatihan, keterampilan yang memang memadai sesuai dengan sumber daya alam yang ada. Ritel tradisional akan diajak oleh Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan dengan melihat prodak yang ada di daerah lain. Sehingga para pemilik ritel tradisional mengatakan untuk menambah penghasilan, biasanya menjual kue-kue tradisional yang memang tidak dijual ritel modern Alfamart dan Indomaret.

Pemilik toko lain, dalam menarik pelanggan bukan sekedar hanya menjual kue tradisional. Tetapi yang dilakukan dengan penataan produk dengan rapi dan menambah lampi pada toko sehingga banyak pengunjung. Pemilik toko melakukan beberapa strategi dalam menambah omset pendapatan yang memang mungkin tidak jauh dengan toko lain. Sehingga kadang menjual pulsa telkomsel dan pulsa token untuk mendukung jualannya. Selain ritel tradisional menjual produk yang tidak ada di ritel modern pada Indomaret dan Alfamart. Ritel tradisional sehingga dengan dekat rumah masyarakat atau konsumen sehingga masyarakat tidak perlu jauh-jauh ke ritel modern Alfamart dan Indomaret saat tidak adanya kendaraan.

Memang adanya peluang pada ritel tradisional yang telah mengubah toko sedemikian rupanya. Pemilik toko mengatakan dalam menarik konsumen dalam berbelanja di toko. Sehingga perlu dilakukan penataan kembali toko seperti penataan barang dan penataan lampu. Lokasi memang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembeli ritel tradisional sehingga dimana adanya pemberian rasa nyaman belanja dengan pandangan dalam belanja sehingga memiliki dampak pada pengambilan keputusan pembeli di ritel tradisional (Felycia & Genoveva, 2021). Beberapa penjelasan dari atas dapat digambarkan bahwa :

1. Pembeli utama merupakan warga sekitar.
2. Produk yang dijual menjadi kebutuhan pokok.
3. Tidak semua masyarakat yang suka berbelanja di ritel modern.

Konsumen memberikan bahwa kurang suka berbelanja di ritel modern karena tidak menjual kebutuhan pokok secara eceran seperti beras. Memang masuknya ritel tradisional memberikan dampak positif di ritel tradisional dalam penyediaan barang berdasarkan kebutuhan masyarakat atau konsumen. Memang adanya produk sembako yang dibungkus ulang, bahkan mempunyai harga beragam dan berkualitas. Memiliki gedung sendiri, bisa hutang, keadaan toko terdapat di rumah penduduk serta sangatlah strategis, layanan yang memang sangatlah ramah, banyaknya yang menyukai berbelanja di ritel tradisional.

Implikasi Negatif Ritel Tradisional di Kecamatan Tilmuta

Beberapa kelemahan-kelemahan yang dimiliki ritel tradisional sebagai berikut :

1. Identitas toko yang terpasang.
2. Tidak ada promosi.
3. Sumber daya manusia memang sangatlah kurang atau memiliki keterampilan dengan didukung pelatihan atau *training*.
4. Sistem dan pengawasan serta pelaporan masih sangat lemah.
5. Suasana dalam toko dinilai kurang nyaman disebabkan tidak memiliki AC.
6. Harga yang tidak tertera di produk.
7. Penataan barnag yang memang kurang rapi, tidak menarik dan penerangan lampu yang kurang memadai,

Ancaman yang memang dihadapi ritel tradisional dengan dampak yang dirasakan melalui keberadaan Alfamart dan Indomaret yang merugikan bagi pemilik ritel tradisional yang cukup banyak ditiap jalan yang mungkin sangat mudah dijangkau oleh masyarakat saat berbelanja. Ancaman yang memang belum sekarang tapi dimasa yang akan datang. Ancaman yang bukan hanya dimasa akan datang, karena pada saat penelitian melakukan wawancara dan observasi terhadap pemilik ritel tradisional. Secara garis besar adanya beberapa tantangan sebagai berikut :

1. Persaingan pemsaran yang sangat ketat.
2. Utang pelanggan yang tidak dibayar.'
3. Konsumen mulai selektif dalam memilih tempat belanja.
4. Banyak usaha ritel modern yang bermunculan sehingga pendapatan yang menurun drastis.

Keberadaan dengan melihat situasi retail tradisional memang tidak memiliki kemampuan dalam persaingan dengan retail modern diketahui karena pengembangan usaha. Bahkan ritel tradisional yang memang makin menarik tiap hari konsumen meninggalkan sektor seperti persaingan dengan ritel modern (Alfikri et al., 2023). Semenjak hadirnya Alfamart dan Indomaret pendapatan para pemilik toko ritel tradisional semakin menurun. Sehingga upaya yang harus dilaksanakan adalah toko akan kurang ramai, Pemilik toko lain mengatakan bahwa dampak negatif bagi tokonya memang setelah Alfamart dan Indomaret dibangun samping tokonya yang dirasakan adalah omset pendapatan dan barang hang kurang dan keluar masuk.

Implikasi Positif dan Negatif Kehadiran Ritel Modern Alfamart dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta

Seperti penjelasan sebelumnya maka dapat dijelaskan dalam bentuk tabel berikut terkait implikasi positif dan implikasi negatif kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta.

Tabel 2. Implikasi Positif dan Negatif Kehadiran Ritel Modern Alfamart dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta

Indikator	Ritel Modern	Ritel Tradisional
Pelayanan	Implikasi positif (1) Adanya kartu anggota pelanggan Alfamart dan Indomaret sejak berdirinya di Kabupaten Boalemo sehingga mempermudah dalam mendapatkan bonus dan diskon. (2) Jasa pemesanan dan pembayaran tanpa harus ke Bank Kantor dan lainnya. (3) Promo per minggu dan bulanan. (4) Memberikan ketersediaan lapangan kerja bagi lulusan SMK atau sederajat. (5) Pelayanan yang ramah	Implikasi positif (1) Letak toko di lokasi padat pemukiman penduduk serta strategis (2) Layanan yang sangat ramah. Implikasi negatif (1) Tidak ada promosi, (2) Sumber daya manusia yang dinilai kurang karena belum terlatih atau memiliki kemampuan yang memadai.
Produk	Implikasi positif (1) Terdapat promosi voucher belanja sehingga harga produk di Alfamart dan Indomaret berkualitas, murah dan terjangkau. (2) Harga produk yang relatif murah untuk dijangkau konsumen. Implikasi negatif memberikan penilaian produk dijual kurang lengkap dan hanya tersedia kebutuhan pokok.	Implikasi positif (1) Produk yang dijual merupakan kebutuhan pokok, (2) Menyediakan barang yang umumnya diperlukan masyarakat. (3) Memiliki produk yang mempunyai kualitas yang menarik. Implikasi negatif (1) Harga yang tidak tertera di produk. (2) Penataan barang yang kurang rapi, tidak menarik dan penerangan lampu yang kurang memadai. (3) Persaingan pemasaran yang ketat.
Kenyamanan	Implikasi positif memiliki lahan parkir. Implikasi negatif ruang yang relatif sempit.	Implikasi negatif sistem dan pengawasan dan pelaporan masih lemah.
Fasilitas	Implikasi positif memiliki fasilitas yang full AC dan penerangan lampu yang memadai. Implikasi negatif tidak tersedia toilet di sejumlah gerai Alfamart dan Indomaret.	Implikasi positif gedung milik sendiri. Implikasi negatif (1) Suasana dalam toko kurang nyaman karena tidak ada AC. (2) Identitas toko tidak terpasang. (3) Tidak menarik dan penerangan lampu yang kurang memadai.
Pendapatan	Implikasi positif pendapatan yang terus meningkat.	Implikasi positif (1) Banyak yang lebih memilih berbelanja di ritel tradisional. (2) Tidak semua masyarakat yang suka berbelanja di ritel modern. Implikasi negatif (1) Utang pelanggan yang tidak dibayarkan. (2) Konsumen harus pintar dalam berbelanja. (3) Banyaknya usaha ritel modern yang bermunculan sehingga pendapat sangat menurun.

PENUTUP

Pada penelitian, disimpulkan bahwa implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Tilamuta memberikan dampak secara negatif pada pemilik ritel tradisional. Dimana ritel tradisional dapat meniru produk yang ada di Alfamart dan Indomaret, keberadaan Alfamart dan Indomaret mendorong pada pemilik ritel tradisional dengan melihat kebutuhan ekonomi lemah, menengah dan ekonominya sudah diatas. Bahkan dengan pertumbuhan yang lebih berkembang Alfamart dan Indomaret pada kategori perekonomian yang diatas. Implikasi negatif ritel tradisional, sehingga adanya pesaing-pesaing yang dimiliki pada toko berdekatan pada jarak di 100 meter. Sehingga timbulnya pesaing atau kesulitan dalam memunculkan produk dalam pembentukan pelanggan, sehingga dilakukan dalam mengembangkan serta membentuk dalam ikuti perkembangan zaman atau trend. Penelitian ini menyarankan pada pemilik ritel tradisional sebaiknya dilaksanakan dan diberikan pada layanan dengan baik pada konsumen atau pelanggan. Dengan kelengkapan barang jualan, penambahan jenis barang dan perhatian pada kebersihan ruangan di warung dengan mendisplay barang jualan yang rapi pada konsumen tertarik untuk ke ritel tradisional.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfian, I., & Siregar, E. (2022). Eksistensi Ritel Tradisional di Tengah Keberadaan Ritel Modern di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 10(1), 15–28.
- Alfikri, A., Silfia, S., Darnetti, D., & ... (2023). Kajian Strategi Bersaing Ritel Tradisional di Kota Payakumbuh. *Coopetition: Jurnal Ilmiah ...*, 14 (3), 571–582.
<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/3711%0Ahttp://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/3711/3115>
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Pustaka Pelajar.
- Azidin, N. (2019). *Persaingan Bisnis Antara Ritel Modern Dan Ritel Tradisional (Studi Kasus Alfamart dan Indomaret Terhadap Toko Kecil di Sekitarnya Desa Sido Mukti, Gedung Aji Baru, Tulang Bawang)*.
- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., & Jumiyani, R. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 201–208. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1726>
- Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 15(1), 77–83. <https://doi.org/10.29244/mikm.15.1.77-83>
- Elisabet Eva Novenia, A. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Warung Kelontong Di Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung. *Jurnal Telekomunikasi dan Informatika*, 4(3), 3.
- Felycia, N. L. P. M., & Genoveva, G. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Tradisional Dalam Menghadapi Pertumbuhan Ritel Modern. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 7(2), 141–152. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v7i2.3540>
- Hamdi Agustin. (2018). Sistem Informasi Manajemen Menurut Prespektif Islam. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(1), 63–70.
- Hikmawati, D., & Nuryakin, C. (2017). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 17(2), 195–208. <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.07>
- Ihwanudin, N., & Beladiena, A. N. (2020). Filosofi Bisnis Ritel Modern Dalam Perekonomian Islam Di Indonesia. *MISYKAT: Jurnal Ilmu-ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah dan Tarbiyah*, 5(2), 35–52. <https://doi.org/10.33511/misykat.v5n2.35-52>
- Juliana, I., Safitri, N. L., & Fadillah, W. (2023). Konstruksi Pedagang Toko Kelontong Terhadap Toko Ritel Modern Alfamart. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Dan Sosial*, 1(1), 31–30.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi Ke 9). Erlangga.
- Kristiawan, M. dkk. (2017). *Manajemen Pendidikan*. Deepublish.
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT. Remaja Rosdakarya.
- Ong, J. O., Sutawijaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). Strategi Inovasi Model Bisnis Ritel Modern Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(2), 201–210. <https://www.cnbcindonesia.com>
- Rahayu, I. A. (2020). Kehadiran Usaha Waralaba Alfamart Dan Indomaret Terhadap Warung-Warung Kecil Ditinjau Dari Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. *Lex Et Societatis*, 7(7), 170–180.
- Setyawati, S. M., Suliyanto, S., & Suroso, A. (2018). Analisis Perbedaan Retail Mix Toko Modern dan Toko Tradisional: Array. *JBIMA (Jurnal Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 143–153.
- ST Sujana, A. (2013). *Manajemen Minimarket*. Swadaya Group.
- Sugianti, Y., & Sitorus, O. F. (2021). Eksistensi Ritel Tradisional Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 15(1), 72–81. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19315>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic. Publishing Service (CAPS).
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat.
- Utomo, T. J. (2011). Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional vs Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern). *Fokus Ekonomi*, 6(1), 122–133.
- Wahyuni, E. D., & Wibawani, S. (2020). Pemberdayaan Pengurus Aisyiyah Dengan Penguatan Manajemen Bisnis. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1), 13–17. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11158>
- Weitz, L. dan. (2018). *Retailing Management*. Mc. Graw Hill.