

**ANALISIS PERBEDAAN PENDAPATAN RATA-RATA PENGUSAHA  
DAN DAMPAKNYA UNTUK PERKEMBANGAN IKM (STUDI PADA TOKO  
MODERN)**

Oleh

Lailatus Sa'adah<sup>1)</sup> & Kismarotul Jannah<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Tambakberas

Jl. Garuda No. 9.

Email: [1lailatus@unwaha.ac.id](mailto:lailatus@unwaha.ac.id) & [2kissmarotul10@gmail.com](mailto:kissmarotul10@gmail.com)

**Abstract**

This study analyzes the difference in the average income of IKM entrepreneurs who enter modern shops, namely Indomaret and Alfamart. The purpose of this study is to determine the average income of IKM entrepreneurs who enter Indomaret and IKM entrepreneurs who enter Alfamart. In this study, there is the income of IKM entrepreneurs consisting of the average monthly income received by IKM entrepreneurs who enter Indomaret which is assessed in rupiah, and the average monthly income received by IKM entrepreneurs who enter Alfamart which is valued in rupiah. The number of samples in this study were 15 entrepreneurs, consisting of 10 IKM Indomaret entrepreneurs and 5 IKM Alfamart entrepreneurs. Data collection through interviews with IKM Indomaret and Alfamart entrepreneurs. To find out the difference in the average income of entrepreneurs between IKM Indomaret entrepreneurs and IKM Alfamart entrepreneurs using an independent T-test analysis.

**Keywords: Income & Developmental Impact IKM.**

**PENDAHULUAN**

Kemajuan bisnis maupun usaha di Indonesia sangat meningkat, terutama bisnis ritel sejenisnya. Meningkatnya bisnis ritel diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke retailer (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel [1].

Manusia dalam mempertahankan hidupnya melakukan berbagai macam cara, diantaranya adalah dengan melakukan kegiatan atau kegiatan bisnis. Salah satunya adalah dengan melalui Industri Kecil Menengah (IKM) yang sering disebut sebagai mesin pendorong perekonomian. Kementerian Perindustrian Gati Wibaningsih menuturkan bahwa Industri Kecil menengah (IKM) berperan penting menjadi tulang punggung perekonomian nasional, bahkan mampu berdiri

tegak ketika kondisi ekonomi global sedang tidak stabil.

Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan sektor mayoritas dari populasi industri di Indonesia. Aktivitasnya konsisten membawa efek berganda yang luas dalam upaya mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat, berikut jumlah peningkatan IKM di Kabupaten Jombang setiap tahun [2] :

Tabel 1  
Peningkatan Jumlah IKM Pertahun di Kabupaten Jombang

No.	Kriteria	Tahun	Peningkatan Jumlah IKM
1.	Indutri Kecil	2014	531
		2015	545
		2016	552
		2017	559
2.	Industri Menengah	2014	25
		2015	26
		2016	30
		2017	34

Sumber : BPS Kabupaten Jombang

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang wajib dilakukan dalam berbisnis karena dalam berbisnis tentunya ingin mengetahui nilai atau besarnya pendapatan yang diperoleh selama berbisnis. Pendapatan sangat

berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan yang akan dijalankan.

Pada dasarnya setiap pengusaha pasti ingin menaikkan pendapatannya. Memiliki kemampuan untuk mengelola usahanya dengan baik dan melakukan inovasi terhadap produk adalah salah satu kriteria yang harus dimiliki oleh pengusaha untuk menaikkan pendapatan. Dengan cara ini, kapasitas untuk mengawasi atau kapasitas untuk menangani bisnis sangat mungkin menjadi variabel utama untuk menjaga bisnis dengan baik dan menyelesaikan latihan operasional organisasi. Karena semakin baik kemampuan seorang pebisnis dalam menangani usahanya, maka semakin baik pula imbal hasil yang akan diberikan.

Ada beberapa faktor yang menghambat produk IKM masuk ke toko modern, salah satunya minimnya perhatian pelaku usaha terhadap pentingnya label jaminan kehalalan produk, PIRT, atau NIB. Selain itu beban mahal untuk mendapatkan label halal atau PIRT dan juga lamanya proses seleksi kualitas produk juga menjadi salah satu penghambat para pelaku usaha. Ketika hendak masuk ke toko modern para pelaku usaha mau tidak mau harus mampu menaikkan value produk mereka salah satunya dengan mendaftarkan produknya agar mendapatkan label halal, PIRT atau NIB.

Dibalik kesulitan tersebut, tentunya ada keuntungan ketika para pelaku usaha berhasil memasukkan produknya ke dalam toko modern. Salah satunya secara tidak langsung value produk akan meningkat karena produk akan lebih dikenal tanpa harus melakukan berbagai macam promosi. Karena seperti yang kita ketahui pada zaman milenial ini produk yang masuk ke toko modern dipandang lebih memiliki nilai tinggi dibanding dengan produk yang tidak masuk ke toko modern. Hal tersebut dapat menjadi motivasi para pelaku usaha untuk berusaha memasukkan produknya ke dalam toko modern.

Perkembangan industri merupakan salah satu penggerak utama dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Dengan meningkatnya kemampuan sektor industri merupakan bagian terpenting bagi peningkatan potensi ekonomi nasional, hal ini dapat dilihat dari peranannya dalam penyediaan kesempatan berusaha, lapangan kerja, dan lebih mampu bertahan terhadap keadaan darurat moneter karena sifatnya yang mudah beradaptasi dan menggunakan banyak aset lingkungan dengan tujuan yang sangat baik dapat diandalkan dalam fleksibilitas keuangan.

perkembangan dunia bisnis yang semakin meluas menyiratkan bahwa ada persaingan yang semakin ketat. Sebagian besar perusahaan atau industri memiliki tujuan yang sama, yang terletak untuk mendapatkan ukuran keuntungan yang semaksimal mungkin yang bisa dibayangkan. Oleh karena itu, industri kecil diperlukan untuk memiliki opsi untuk menjaga kontinuitasnya dengan memanfaatkan sumber-sumber ekonomi yang ada dilingkungannya secara efektif dan efektif.

## LANDASAN TEORI

### 1. Biaya

Biaya adalah pengorbanan yang dilakukan dengan berkurangnya asset atau bertambahnya kewajiban dalam memproses produksi yang diukur dengan satuan keuangan [3].

Biaya adalah pengeluaran atau pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang dinilai dengan uang yang berguna untuk masa yang akan datang [4].

Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu [5].

### 2. Biaya Produksi

Menurut [6] biaya produksi dibagi menjadi :

a.) Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada jumlah produksi, seperti biaya barang

modal, gaji pegawai, bunga pinjaman, sewa gedung kantor.

- b.) Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang besarnya tergantung pada tingkat produksi, seperti upah buruh, biaya bahan baku.
- c.) Biaya Total (*Total Cost*) sama dengan biaya tetap ditambah dengan biaya variabel.

### 3. Pendapatan

Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi [7].

Pendapatan / penerimaan adalah penerimaan produsen dari hasil penjualan produksinya [8]. Ada beberapa konsep penerimaan / pendapatan yang penting dalam melakukan analisis perilaku produsen (menurut M. Nur Rianto dan Euis Amalia, 2010: 196) :

- a. Penerimaan total (*Total Revenue*)  
Yaitu total penerimaan produsen dari hasil penjualan produksinya (output). Sehingga penerimaan total adalah jumlah produksinya yang terjual dikalikan dengan harga jual produk.
- b. Penerimaan rata-rata (*Average Revenue*)  
Yaitu penerimaan produsen per unit produk yang mampu dijual oleh produsen.
- c. Penerimaan marginal (*Marginal Revenue*)  
Yaitu kenaikan dari penerimaan total (TR) yang disebabkan oleh tambahan penjualan 1 unit produk (output).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian komparatif, dan termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan [9]. Populasi dalam penelitian ini yaitu 15 pengusaha IKM, terdiri dari 10 pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret dan 5 pengusaha IKM yang masuk ke Alfamart. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara kepada pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret dan Alfamart yang ada di Kabupaten Jombang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Independent T Test dengan menggunakan SPSS 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

Penulis akan menyebutkan nama-nama pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret dan Alfamart yang menjadi responden.

Dilihat dari tabel di atas bahwa rata-rata umur pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret adalah di atas 30 tahun, dengan rata-rata tingkat pendidikan SLTA dan lama usaha rata-rata diatas 5 tahun.

Adapun untuk mengetahui identitas responden pengusaha IKM Alfamart dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2  
Identitas Responden Pengusaha IKM Indomaret

No.	Nama	Umur	JenisKelamin	Tingkat Pendidikan	Lama Usaha
1.	Refik	49 tahun	Laki-laki	SMA	15 Tahun
2.	Marno	39 tahun	Laki-laki	S1	11 Tahun
3.	Mukhtar	55 tahun	Laki-laki	SLTA	19 Tahun
4.	Sulis	44 tahun	Perempuan	SLTP	12 Tahun
5.	Nono	51 tahun	Laki-laki	S1	8 Tahun
6.	Nurhasanah	51 tahun	Perempuan	SMA	15 Tahun
7.	Azrah	35 tahun	Perempuan	SMA	8 Tahun
8.	KusWartono	55 tahun	Laki-laki	S2	6 Tahun
9.	Rita	49 tahun	Perempuan	SMA	16 Tahun
10.	Tujanhayu	54 tahun	Perempuan	SLTA	6 Tahun

Sumber Data : Dinas Perdagangan, 2020

Dilihat dari tabel di atas bahwa rata-rata umur pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret adalah di atas 30 tahun, dengan rata-rata tingkat pendidikan SLTA dan lama usaha rata-rata diatas 5 tahun.

Adapun untuk mengetahui identitas responden pengusaha IKM Alfamart dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3  
Identitas Responden Pengusaha IKM Alfamart

No.	Nama	Umur	JenisKelamin	Tingkat Pendidikan	Lama Usaha
1.	Mukhtar	55 tahun	Laki-laki	SLTA	19 Tahun
2.	Ghozan	51 tahun	Laki-laki	SMA	8 Tahun
3.	Ani Muslimah	40 tahun	Perempuan	S1	6 Tahun
4.	Karto	49 tahun	Laki-laki	SMA	11 Tahun
5.	Rita	49 tahun	Perempuan	SMA	16 Tahun

Sumber Data : Dinas Perdagangan, 2020

Dilihat dari tabel di atas bahwa rata-rata umur pengusaha IKM yang masuk ke Alfamart adalah di atas 40 tahun, dengan rata-rata tingkat pendidikan SLTA dan lama usaha di atas 6 tahun.

**Pendapatan Bersih Rata-Rata**

Pendapatan bersih rata-rata selama satu bulan dari masing-masing pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret dengan pengusaha IKM yang masuk ke Alfamart tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4  
Pendapatan Bersih Rata-Rata Pengusaha IKM yang Masuk Ke Indomaret Januari 2021

No.	Nama Pengusaha	produk	TR	TC	Pendapatan Bersih
1.	Rofik	Jenang Dodol	Rp. 1.260.000	Rp. 867.000	Rp. 393.000
2.	Marno	Pangsit Cumi	Rp. 450.000	Rp. 341.000	Rp. 109.000
		Lidah Kucing	Rp. 274.000	Rp. 190.000	Rp. 84.000
		Kerupuk Samiler	Rp. 715.000	Rp. 381.000	Rp. 334.000
3.	Mukhtar	Bumbu Pecel	Rp. 3.500.000	Rp. 2.867.000	Rp. 633.000
4.	Sulis	Ampok Instan	Rp. 500.000	Rp. 229.375	Rp. 270.625
5.	Nano	Kunyit Asem	Rp. 1.750.000	Rp. 1.273.000	Rp. 477.000
6.	Nurhasanah	Reinggung	Rp. 1.710.000	Rp. 665.000	Rp. 1.045.000
7.	Azrah	Kerupuk Pisang	Rp. 1.100.000	Rp. 1.024.000	Rp. 76.000
8.	KusWartono	Kopi Biji Salak	Rp. 4.400.000	Rp. 1.068.000	Rp. 3.332.000
9.	Rata	Kerupuk Tempe	Rp. 336.000	Rp. 265.500	Rp. 70.500
10.	Tujarahayu	Stick Getuk	Rp. 1.360.000	Rp. 1.207.500	Rp. 152.500
	Jumlah				Rp. 6.976.825
	Rata-Rata				Rp. 697.682,5

Sumber : Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dilihat bahwa pendapatan bersih rata-rata selama satu bulan dari pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret sebesar Rp. 84.000 sampai dengan Rp. 3.332.000, sedangkan rata-rata pendapatan bersih adalah sebesar Rp. 697.682,5.

Untuk mengetahui pendapatan bersih rata-rata selama satu bulan dari pengusaha IKM yang masuk ke Alfamart dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5  
Pendapatan Bersih Rata-Rata Pengusaha IKM yang Masuk Ke Alfamart Januari 2021

No.	Nama Pengusaha	Produk	TR	TC	Pendapatan Bersih
1.	Mukhtar	Bumbu Pecel	Rp. 2.400.000	Rp. 1.977.000	Rp. 423.000
2.	Ghozin	Sambal Asapan Patin	Rp. 1.750.000	Rp. 453.375	Rp. 1.296.625
	Ani	Kunyit Putih Instan	Rp. 700.000	Rp. 312.000	Rp. 388.000
4.	Karto	Kerupuk Usus	Rp. 11.000.000	Rp. 9.250.500	Rp. 1.749.500
5.	Rata	Kerupuk Tempe	Rp. 168.000	Rp. 132.650	Rp. 35.350
	Jumlah				Rp. 3.892.475
	Rata-Rata				Rp. 778.495

Sumber : Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data tabel di atas dapat dilihat bahwa pendapatan bersih rata-rata selama satu bulan dari pengusaha IKM yang masuk ke Alfamart sebesar Rp. 35.350 sampai dengan Rp. 1.749.500, sedangkan rata-rata pendapatan bersih sebesar Rp. 778.495.

**Independent t-test**

Tabel 6  
Hasil Uji Beda Independent Samples Test

Pendapatan	Equal variances assumed	F	Sig.	T	DF	Sig. (2-tailed)	Mean Difference		95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper
							Equal variances not assumed	t		
		0,04	,830	-428	16	,474	197092,917	-465567,5	1177400	-78104,77
				-470	9,980	,645	197092,917	-414126,4	1124250,9	-730066,06

Berdasarkan output sig. levene's test for equality of variances adalah  $0,880 > 0,05$  maka dapat diartikan bahwa varians data antara Indomaret dan Alfamart adalah homogen atau sama. Berdasarkan output independent sample test pada bagian equal variances assumed diketahui nilai sig. two tailed sebesar  $0,674 > 0,05$  maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji independent sample t test bahwa  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya persamaan yang signifikan atau nyata antara pendapatan rata-rata Indomaret dan Alfamart. Selanjutnya dari tabel output mean difference adalah  $-197092.917$  menunjukkan selisih antara rata-rata pendapatan Indomaret dan Alfamart. T hitung bernilai negatif  $-0,428$ . T hitung  $0,428 < T$  tabel  $2,131$ .

**Perkembangan Pendapatan Produk IKM**

Tabel 7  
Pendapatan Pengusaha IKM Indomaret (2020-2021)

No.	Nama	Produk	Pendapatan tahun 2020					
			Januari	Februari	Maret	April	Mai	Juni
1.	Rofik	Jenang Dodol	Rp. 2.150.000	Rp. 2.011.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.275.000	Rp. 1.271.000
2.	Marno	Pangsit Cumi	Rp. 2.420.000	Rp. 1.487.000	Rp. 444.300	Rp. 1.784.000	Rp. 148.500	Rp. 448.500
		Lidah Kucing	Rp. 4.254.700	Rp. 1.844.000	Rp. 0	Rp. 694.200	Rp. 127.200	Rp. 0
3.	Mukhtar	Bumbu Pecel	Rp. 4.205.000	Rp. 4.050.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 3.200.000
4.	Sulis	Ampok Instan	Rp. 0	Rp. 0	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000
5.	Nano	Kunyit Asem	Rp. 2.420.000	Rp. 2.017.000	Rp. 1.041.000	Rp. 1.040.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.017.000
6.	Azrah	Kerupuk Pisang	Rp. 1.000.000	Rp. 1.700.000	Rp. 0	Rp. 1.000.000	Rp. 800.000	Rp. 1.100.000
7.	KusWartono	Kopi Biji Salak	Rp. 4.970.000	Rp. 4.840.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.830.000	Rp. 1.800.000	Rp. 4.970.000
8.	Rata	Kerupuk Tempe	Rp. 672.000	Rp. 673.000	Rp. 222.000	Rp. 252.000	Rp. 104.000	Rp. 222.000
9.	Tujarahayu	Stick Getuk	Rp. 2.210.000	Rp. 2.040.000	Rp. 1.180.000	Rp. 1.020.000	Rp. 1.220.000	Rp. 1.180.000

No.	Nama	Produk	Pendapatan tahun 2021									
			Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari			
1.	Rofik	Jenang Dodol	Rp. 1.280.000	Rp. 1.571.000	Rp. 1.880.000	Rp. 1.840.000	Rp. 1.571.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	
2.	Marno	Pangsit Cumi	Rp. 149.000	Rp. 300.000	Rp. 300.000	Rp. 300.000	Rp. 300.000	Rp. 400.000	Rp. 400.000	Rp. 410.000		
		Lidah Kucing	Rp. 274.500	Rp. 274.500	Rp. 411.750	Rp. 411.750	Rp. 137.250	Rp. 274.500	Rp. 274.500	Rp. 411.750		
3.	Mukhtar	Bumbu Pecel	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 2.400.000	Rp. 2.400.000	Rp. 2.418.000	Rp. 2.418.000	Rp. 2.418.000	Rp. 2.418.000		
4.	Sulis	Ampok Instan	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000	Rp. 800.000			
5.	Nano	Kunyit Asem	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000			
6.	Azrah	Kerupuk Pisang	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000			
7.	KusWartono	Kopi Biji Salak	Rp. 4.970.000	Rp. 4.970.000	Rp. 4.970.000	Rp. 4.970.000	Rp. 4.970.000	Rp. 4.970.000	Rp. 4.970.000			
8.	Rata	Kerupuk Tempe	Rp. 420.000	Rp. 420.000	Rp. 420.000	Rp. 420.000	Rp. 420.000	Rp. 420.000	Rp. 420.000			
9.	Tujarahayu	Stick Getuk	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000	Rp. 1.280.000			

Sumber : Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data dari tabel diatas, ada 10 pengusaha IKM yang masuk ke Indomaret di wilayah Jombang, tetapi yang masuk gelombang pertama hanya 9 pengusaha. Dari tabel di atas pengusaha yang pendapatannya Rp. 0 per bulan pada bulan tertentu disebabkan karena tidak adanya pre order dari pihak Indomaret, kecuali bu Sulis yang baru masuk



Indomaret pada bulan Maret jadi tidak ada pendapatan pada bulan Januari dan Februari.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada para pelaku usaha IKM yang masuk ke toko modern di wilayah Jombang sehubungan dengan adanya pandemi yang muncul pada awal tahun 2020 sampai sekarang, dari 9 pengusaha IKM yang masuk pada gelombang pertama yang masuk di Indomaret tersebut rata-rata mengalami penurunan pendapatan, Pak Rofik dengan produknya jenang dodol pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 3.150.000 – Rp. 1.260.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 Pak Rofik memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 1.260.000 – 1.890.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki Pak Rofik mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Pak Marno dengan produknya pangsit cumi pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 3.438.000 – Rp. 448.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020-Februari 2021 pak Marno memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 149.000 – Rp. 600.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki pak Marno masih sangat jauh dari kata pulih dari dampak pandemi atau bisa dikatakan tidak kunjung pulih dari dampak pandemi. Sedangkan produk lidah kucing pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 4.254.750 – Rp. 137.250 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020-Februari 2021 pak Marno memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 137.250 – Rp. 411.750, hal ini juga menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki pak Marno masih sangat jauh dari kata pulih dari dampak pandemi atau bisa dikatakan tidak kunjung pulih dari dampak pandemi.

Pak Mukhtar dengan produknya bumbu pecel pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 4.200.000 – Rp.

3.350.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 Pak Rofik memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 3.200.000 – Rp. 3.500.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki Pak Mukhtar mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Bu Sulis dengan produknya ampok instan pendapatannya pada bulan Maret sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 300.000 – Rp. 400.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020-Februari 2021 bu Sulis memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 500.000 – Rp. 500.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki bu Sulis mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Pak Nono dengan produknya kunyit asem pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 2.625.000 – Rp. 1.837.500 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 Pak Nono memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 1.750.000 – Rp. 1.750.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki Pak Nono mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Bu Azizah dengan produknya keripik pisang pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 1.980.000 – Rp. 880.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 bu Azizah memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 1.320.000 – Rp. 1.320.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki bu Azizah mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Pak Kuswartono dengan produknya kopi biji salak pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 4.950.000 – Rp. 4.070.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 pak Kuswartono

memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 3.960.000 – Rp. 4.400.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki pak Kuswartono mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Bu Rita dengan produknya keripik tempe pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 672.000 – Rp. 336.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020-Februari 2021 bu Rita memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 420.000 – Rp. 420.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki pak Marno masih sangat jauh dari kata pulih dari dampak pandemi atau bisa dikatakan tidak kunjung pulih dari dampak pandemi.

Bu Tujurahayu dengan produknya stick gethuk pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 2.210.000 – Rp. 1.360.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 bu Tujurahayu memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 1.360.000 – Rp. 1.530.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki bu Tujurahayu mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Alfamart tersebut rata-rata mengalami penurunan pendapatan, pak Mukhtar dengan produknya bumbu pecel yang masuk di Alfamart pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 3.500.000 – Rp. 2.370.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020-Februari 2021 memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 2.400.000 – Rp. 2.390.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki pak Mukhtar masih sangat jauh dari kata pulih dari dampak pandemi atau bisa dikatakan tidak kunjung pulih dari dampak pandemi.

Bu Ani Muslimah dengan produknya kunyit instan pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 420.000 – Rp. 581.000 mengalami kenaikan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 595.000 – Rp. 693.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki mulai mengalami kenaikan pendapatan dari dampak pandemi.

Pak Karto dengan produknya keripik usus pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 13.200.000 – Rp. 9.790.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020 – Februari 2021 memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 10.120.000 – Rp. 10.890.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki mulai mengalami pemulihan dari dampak pandemi.

Bu Rita dengan produknya keripik tempe pendapatannya pada bulan Januari sampai Juli 2020 berkisar antara Rp. 420.000 – Rp. 168.000 mengalami penurunan pada awal munculnya pandemi covid (maret 2020) hingga pertengahan 2020, pada bulan Agustus 2020-Februari 2021 memperoleh pendapatan berkisar antara Rp. 252.000 – Rp. 252.000, hal ini menunjukkan bahwa IKM yang dimiliki bu Rita masih sangat jauh dari kata pulih dari

Tabel 8  
Pendapatan Pengusaha IKM Alfamart  
(2020-2021)

No.	Nama	Produk	Pendapatan tahun 2020					
			Januari	Februari	Maret	April	Mai	Juni
1	Shahry	Daun/Fond	Rp. 2.000.000	Rp. 1.400.000	Rp. 1.300.000	Rp. 2.300.000	Rp. 2.300.000	Rp. 2.300.000
2	Apa Alimudin	Kacang Lada	Rp. 420.000	Rp. 300.000	Rp. 400.000	Rp. 500.000	Rp. 500.000	Rp. 500.000
3	Rita	Keripik Usus	Rp. 13.200.000	Rp. 12.400.000	Rp. 9.800.000	Rp. 9.100.000	Rp. 9.100.000	Rp. 9.800.000
4	Pita	keripik Tempe	Rp. 420.000	Rp. 168.000	Rp. 252.000	Rp. 168.000	Rp. 168.000	Rp. 252.000

No.	Pendapatan tahun 2021					
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Rp. 2.070.000	Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000
2	Rp. 281.000	Rp. 500.000	Rp. 800.000	Rp. 300.000	Rp. 400.000	Rp. 500.000
3	Rp. 9.780.000	Rp. 10.120.000	Rp. 10.120.000	Rp. 10.400.000	Rp. 10.000.000	Rp. 10.000.000
4	Rp. 168.000	Rp. 252.000	Rp. 252.000	Rp. 252.000	Rp. 252.000	Rp. 252.000

Sumber : Data Primer, diolah 2021

Berdasarkan data dari tabel di atas, ada 5 pengusaha IKM yang masuk Alfamart, tetapi yang masuk gelombang pertama ada 4 pengusaha, dan yang satu pengusaha masuk pada gelombang ke dua. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada para pelaku usaha IKM yang masuk ke toko modern di wilayah Jombang sehubungan dengan adanya pandemi yang muncul pada awal tahun 2020 sampai sekarang, dari 4 pengusaha IKM yang masuk pada gelombang pertama yang masuk di

dampak pandemi atau bisa dikatakan tidak kunjung pulih dari dampak pandemi.

### **Pembahasan**

Kedatangan pasar modern yang memberikan banyak kenyamanan membuat beberapa orang malas untuk belanja ke pasar tradisional, sementara yang terjadi di pasar tradisional justru sebaliknya yakni dengan kondisi pasar yang becek dan berbau, kurang praktis dan membuat malas dalam hal tawar-menawar. Faktor keamanan seperti pencurian dan sebagainya, resiko pengurangan timbangan pada barang yang dibeli, kondisi pasar yang penuh dan sesak, serta masih banyak argumen-argumen yang lain. Kondisi pasar di atas menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pola pikir para konsumen. Jumlah kios atau pasar tradisional telah banyak yang tutup karena susah berkompetisi dengan toko modern.

Dari hasil penelitian [10] memaparkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh adalah dampak keberadaan pasar modern Alfamart dan Indomaret terhadap pasar tradisional Sleko di Kota Madiun yaitu pedagang sayuran dan pedagang buah tidak mengalami pengaruh terhadap omset dan konsumen. Sedangkan dampak bagi pedagang sembako yakni mengalami turunnya omset dan berkurangnya konsumen. Oleh karena itu, keberadaan Alfamart dan Indomaret tidak menyebabkan menurunnya aktivitas pasar tradisional Sleko dalam hal jual beli. Pasar Sleko pun masih memiliki konsumen walaupun keberadaan Alfamart dan Indomaret berlokasi di dekat pasar.

Adapun hasil penelitian [11] memaparkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh adalah adanya dampak langsung yang ditimbulkan pasar modern terhadap jumlah konsumen di pasar tradisional. Setelah adanya pasar modern jumlah konsumen dipasar tradisional mengalami penurunan sebesar 43,8 persen dari total responden. Dampak terhadap omset pedagang di pasar tradisional juga mengalami penurunan akibat adanya pasar modern Alfamart dengan angka penurunan yang sama dengan penurunan jumlah

konsumen yaitu sebesar 43,8 persen dengan jumlah 35 responden dari total keseluruhan. Angka ini menunjukkan hampir 50 persen responden merasa tersaingi oleh pasar modern. Preferensi konsumen yang mulai beralih karena pasar modern memiliki fasilitas yang mendukung kenyamanan dalam berbelanja. Pasar modern Alfamart menimbulkan dampak juga terhadap laba pada pasar tradisional, yaitu penurunan sebesar 21,2 persen dari laba rata-rata pedagang pasar tradisional.

Perkembangan bisnis retail untuk pasar modern pun mengalami perkembangan setiap tahunnya. Baik dari usaha yang dimulai dengan dana sendiri, hingga menggunakan metode waralaba. Hal ini terjadi karena potensi dari bisnis pasar modern ini pun sangat menguntungkan. Hingga akhirnya keberadaan pasar modern merubah budaya belanja masyarakat. Kondisi modern market di Indonesia akhir ini berkembang sangat signifikan, berdasarkan laporan AC Nielsen pada tahun 2010, modern market di Indonesia masih dalam tahap perkembangan, hal ini dapat terlihat dari perbandingan jumlah pasar tradisional dan modern market [12].

Tidak sedikit pengusaha IKM yang ingin masuk ke toko modern, tentunya hal itu bukan tanpa sebab, karena banyak manfaat bagi para pengusaha IKM untuk perkembangan usahanya. Seperti meningkatkan value produk dari segi fisik dan juga dari segi psikologi, dari segi fisik value produk meningkat karena untuk memasukkan produk ke toko modern harus melalui beberapa seleksi seperti dari segi kemasan, PIRT, Halal, NIB, BPOM. Dari segi psikologi value produk akan meningkat karena pada zaman milenial ini secara tidak langsung ketika para konsumen melihat sebuah merek produk di toko modern mempunyai nilai lebih dari pada produk yang tidak masuk ke toko modern. Selain itu masih ada lagi manfaat yang didapatkan seperti bertambahnya pendapatan (pendapatan baru) yang tidak sedikit seperti data yang diperoleh, pada bulan Januari dan Februari tahun 2020 dapat dilihat bahwa pendapatan yang didapatkan tergolong cukup besar, namun pada bulan Maret tahun 2020

ketika mulai maraknya pandemi covid membuat turunya pendapatan para pelaku usaha karena menurunnya daya beli masyarakat, hingga pada bulan Februari 2021 ketika pandemi mulai pulih dan masyarakat mulai dapat beraktivitas secara normal pendapatan para pelaku IKM yang masuk ke toko modern dari 15 pengusaha 9 diantaranya dapat mengatasi adanya pandemi ditandai dengan mulai meningkatnya pendapatan pada bulan Februari 2021 dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya ketika sedang maraknya pandemi covid. Namun ada 6 pengusaha yang kurang dalam hal adaptasi ketika adanya masa pandemi covid ditandai dengan pendapatan yang menurun dan belum kembali normal sampai sekarang.

### **Dampak Perkembangan IKM**

Terdapat beberapa alasan yang membuat sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) ini tetap bertahan dimasa krisis. Salah satunya, karena sektor ini tidak tergantung pada bahan baku impor dalam proses produksinya, sehingga biaya pembuatan tidak terpengaruh oleh penurunan nilai rupiah terhadap dolar, sebaliknya jika produknya diekspor, keuntungan yang diperoleh dapat bertambah. Sektor industri kecil dan menengah tidak mendapatkan pinjaman dari mata uang asing. Sumber dana untuk usaha kecil dan menengah pada umumnya berasal dari dalam negeri. Berbeda dengan sektor industri besar, beberapa di antaranya justru mengandalkan bahan baku impor, dengan tujuan agar devaluasi rupiah berdampak besar pada peningkatan biaya produksi. Demikian juga, sumber dana sektor industri besar sebagian diperoleh dari luar negeri, sehingga penurunan nilai rupiah terhadap dolar mempengaruhi peningkatan biaya pendapatan yang ditanggung oleh perusahaan.

Melihat kenyataan tersebut betapa posisi industri kecil dan menengah sangat penting untuk memperkuat perekonomian nasional, namun industri kecil dan menengah tersebut masih memperoleh posisi marginal, karena perhatian pemerintah lebih banyak pada

industri besar. Kenyataan ini membuat industri besar telah berkembang pesat sedangkan industri kecil dan menengah perkembangannya lebih lambat. Kesenjangan ini tanpa disadari telah memunculkan gejala kecemburuan sosial dan ada kecenderungan mengarah pada konflik sosial. Untuk mengurangi kesenjangan itu pemerintah dan para pengusaha besar telah berupaya membantu industri kecil dan menengah melalui program kemitraan.

Ada beberapa faktor yang menghambat produk IKM masuk ke toko modern, salah satunya minimnya perhatian pelaku usaha terhadap pentingnya label jaminan kehalalan produk, PIRT, atau NIB. Selain itu beban mahal untuk mendapatkan label halal atau PIRT dan juga lamanya proses seleksi kualitas produk juga menjadi salah satu penghambat para pelaku usaha. Ketika hendak masuk ke toko modern para pelaku usaha mau tidak mau harus mampu menaikkan value produk mereka salah satunya dengan mendaftarkan produknya agar mendapatkan label halal, PIRT atau NIB.

Menurut Kotler (2000), barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang realtif lebih terjamin karena melalui penyeleksian dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan sesudah dikenakan pajak) [13].

Dibalik kesulitan tersebut, tentunya ada keuntungan ketika para pelaku usaha berhasil memasukkan produknya ke dalam toko modern. Salah satunya secara tidak langsung value produk akan meningkat karena produk akan lebih dikenal tanpa harus melakukan berbagai macam promosi. Karena seperti yang kita ketahui pada zaman milenial ini produk yang masuk ke toko modern dipandang lebih memiliki nilai tinggi dibanding dengan produk



yang tidak masuk ke toko modern. Hal tersebut dapat menjadi motivasi para pelaku usaha untuk berusaha memasukkan produknya ke dalam toko modern.

#### **Dampak negatif :**

Dampak pandemi terhadap sektor ekonomi pelaksanaan protokol untuk mencegah dan mengendalikan penyebaran COVID-19 berpotensi menimbulkan gangguan pada rantai pasok input, operasi produksi, rantai distribusi, dan pemasaran output sehingga berdampak negatif pada kinerja sektor ekonomi.

Dengan adanya kajian dari kementerian keuangan wabah Covid-19 ini memberikan dampak yang sangat negatif bagi perekonomian domestik, seperti penurunan kinerja perusahaan, ancaman perbankan dan keuangan, eksistensi UMKM serta adanya penurunan tingkat daya beli masyarakat. Di tambah lagi dengan kebijakan pemerintah yang menerapkan sistem Lockdown atau masa karantina [14]. Pemasaran produksi juga terganggu karena menurunnya daya beli konsumen. Banyak toko, warung dan kios yang tutup, dan lalu lintas kendaraan bermotor berkurang di sepanjang jalan umum.

Konsekuensi dari himbauan penutupan pusat perbelanjaan dan social distancing adalah berkurangnya toko atau outlet yang dibuka, jam buka toko atau outlet serta jumlah konsumen yang berkunjung. Hal ini berdampak pada tiga sisi, yaitu pertama bagi pelaku usaha perdagangan (termasuk usaha UMKM), kedua bagi konsumen, dan ketiga pemilik property seperti pemilik pertokoan, mall, plaza, dan sebagainya [15].

Menurut Laporan dari Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Pandemi covid-19 ini mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan Permintaan. Di sisi penawaran, perusahaan mengurangi pasokan bahan baku dan tenaga kerja yang tidak sehat serta rantai pasokan yang juga mengalami kendala. Dari sisi permintaan, kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. OECD juga menyebutkan UMKM

memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi covid19 [16].

IKM lebih rentan terhadap dampak pandemi, dibandingkan dengan industri skala besar. Industri skala besar terdampak dapat melakukan penghentian sementara operasi saat pandemi melanda, dan kemudian mampu beroperasi kembali saat keadaan telah normal karena memiliki kapasitas permodalan dan akses pembiayaan yang memadai. Sebaliknya, banyak IKM terdampak tidak mampu bangkit kembali beroperasi saat keadaan telah normal karena modalnya terkikis untuk menutupi biaya hidup keluarga (aliran pendapatannya macet selama usaha berhenti beroperasi).

Bulan Januari dan Februari tahun 2020 sebelum adanya pandemi pendapatan para pelaku usaha IKM masih stabil, ketika empat bulan pertama adanya pandemi pada bulan Maret hingga Juni pendapatan para pelaku usaha IKM yang masuk ke toko modern mengalami penurunan rata-rata sebanyak 20% dibandingkan dengan pendapatan sebelum adanya pandemi, empat bulan setelahnya dari bulan Juli hingga Oktober ketika pandemi semakin besar dan semakin digencarkannya pembatasan aktifitas dan diberlakukannya lockdown diberbagai daerah membuat pendapatan masyarakat mengalami penurunan yang mengakibatkan daya beli menurun. Hal ini, menyebabkan semakin bertambah parah kondisi para pelaku usaha IKM yang masuk toko modern ditandai dengan menurunnya pendapatan sebanyak rata-rata 40% dibanding dengan pendapatan sebelum adanya pandemi. Empat bulan berikutnya yakni bulan November (2020) hingga Februari (2021) ketika pandemi mulai redah dan daya beli masyarakat mulai pulih, pendapatan para pelaku usaha IKM yang masuk toko modern juga mengalami pemulihan, ditandai dengan naiknya pendapatan rata-rata sebanyak 30% dibandingkan dengan empat bulan sebelumnya (Maret-Juni).

#### **Dampak positif :**

Masuknya produk IKM ke toko modern disamping menaikkan pendapatan juga secara otomatis dapat menaikkan value produk para

pelaku IKM yang masuk ke toko modern, karena produk yang ada di toko modern dianggap oleh para konsumen sebagai sebuah produk yang memiliki nilai lebih dibanding dengan produk yang tidak masuk ke toko modern. Disamping itu, jika ingin memasukkan produk ke toko modern harus lulus persyaratan-persyaratan seperti dari sisi kemasan, label BPOM, label kesehatan, aspek pengemasan produk, adanya PIRT, dan masa kadaluarsa. Hal tersebut tentunya membuat value produk semakin naik. Selain itu masih ada lagi dampak yang didapatkan seperti bertambahnya pendapatan (pendapatan baru), juga sebagai ajang promosi gratis karena seperti yang kita tahu produk yang masuk ke toko modern lebih dipandang memiliki nilai lebih dari pada produk yang tidak masuk ke toko modern.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan pada penelitian ini bahwa berdasarkan analisis Independent T-test terhadap pendapatan rata-rata selama satu bulan pengusaha IKM Indomaret sama dengan pengusaha IKM Alfamart, karena dari hasil analisis diperoleh bahwa sig. two tailed  $0,674 > 0,05$  maka terdapat adanya persamaan yang signifikan atau nyata antara pendapatan rata-rata Indomaret dan Alfamart.

Berdasarkan hasil wawancara, sebanyak 13 pelaku usaha IKM yang masuk toko modern ikut merasakan dampak dari pandemi. Sebagaimana data yang diperoleh dari wawancara bulan Januari dan Februari tahun 2020 sebelum adanya pandemi pendapatan para pelaku usaha IKM masih stabil, ketika empat bulan pertama adanya pandemi pada bulan Maret hingga Juni pendapatan para pelaku usaha IKM yang masuk ke toko modern mengalami penurunan rata-rata sebanyak 20% dibandingkan dengan pendapatan sebelum adanya pandemi, empat bulan setelahnya dari bulan Juli hingga Oktober ketika pandemi semakin besar dan semakin digencarkannya pembatasan aktifitas dan diberlakukannya lockdown diberbagai daerah membuat

pendapatan masyarakat mengalami penurunan yang mengakibatkan daya beli menurun. Hal ini, menyebabkan semakin bertambah parah kondisi para pelaku usaha IKM yang masuk toko modern ditandai dengan menurunnya pendapatan sebanyak rata-rata 40% dibanding dengan pendapatan sebelum adanya pandemi. Empat bulan berikutnya yakni bulan November (2020) hingga Februari (2021) ketika pandemi mulai redah dan daya beli masyarakat mulai pulih, pendapatan para pelaku usaha IKM yang masuk toko modern juga mengalami pemulihan, ditandai dengan naiknya pendapatan rata-rata sebanyak 30% dibandingkan dengan empat bulan sebelumnya (Maret-Juni). Adapun dengan masuknya produk IKM ke toko modern disamping menaikkan pendapatan juga secara otomatis dapat menaikkan value produk para pelaku IKM yang masuk ke toko modern, karena produk yang ada di toko modern dianggap oleh para konsumen sebagai sebuah produk yang memiliki nilai lebih dibanding dengan produk yang tidak masuk ke toko modern. Disamping itu, jika ingin memasukkan produk ke toko modern harus lulus persyaratan-persyaratan seperti dari sisi kemasan, label BPOM, label kesehatan, aspek pengemasan produk, adanya PIRT, dan masa kadaluarsa. Hal tersebut tentunya membuat value produk semakin naik.

### **Saran**

Dengan demikian maka dapat diberikan saran kepada pengusaha IKM bahwa dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat maka hendaknya pengusaha IKM baik yang masuk ke Indomaret maupun yang masuk ke Alfamart selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produksinya agar konsumen tidak berpaling pada produk lain.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] I. N. Sari and I. M. Suparta, "Dampak berdirinya pasar modern terhadap pertumbuhan ekonomi," *Jeb*, vol. 2, no. 1, pp. 385–401, 2017.
- [2] "Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang."

- <https://jombangkab.bps.go.id/statictable/2018/11/26/447/rekapitulasi-data-industri-kecil-menengah-besar-sentra-dan-industri-non-formal-2014---2017-.html> (accessed May 08, 2021).
- [3] “Akuntansi Biaya - Google Books.” [https://www.google.co.id/books/edition/Akuntansi\\_Biaya/97XyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=akuntansi+biaya&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Akuntansi_Biaya/97XyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=akuntansi+biaya&printsec=frontcover) (accessed May 08, 2021).
- [4] “Akuntansi Biaya - Google Books.” [https://www.google.co.id/books/edition/Akuntansi\\_Biaya/mOYREAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=akuntansi+biaya&pg=PA95&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Akuntansi_Biaya/mOYREAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=akuntansi+biaya&pg=PA95&printsec=frontcover) (accessed May 08, 2021).
- [5] Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2012.
- [6] P. Rahardja and M. Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, Edisi Ke-3. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2016.
- [7] A. N. Sobron, S. Titik, and S. Meidawati, “Jurnal Inovasi Penelitian,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 3, pp. 1–4, 2020.
- [8] M. N. R. Al Arif and E. Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Edisi 1. Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2010.
- [9] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke. Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- [10] M. Masyhuri and S. W. Utomo, “Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun,” *Assets J. Akunt. dan Pendidik.*, vol. 6, no. 1, p. 59, 2017, doi: 10.25273/jap.v6i1.1293.
- [11] A. J. Annisa Hadif Nst, “Dampak Pasar Modern (Alfamart) Terhadap Usaha Pasar Tradisional Di Kabupaten Aceh Besar,” *J. Ilm. Mhs.*, vol. 3, no. 1, pp. 59–67, 2018.
- [12] B. Studi, P. Giant, H. Di, and K. Mataram, “3) 1,2,3,” vol. 15, no. 7, pp. 4811–4820, 2021.
- [13] M. Nur and I. Hasang, “Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kota Parepare,” *J. Manag. Bus.*, vol. 2, no. 2, pp. 263–279, 2019, [Online]. Available: [journal.steamkop.ac.id/seiko](http://journal.steamkop.ac.id/seiko).
- [14] Suhery, T. Putra, and Jasmalinda, “Jurnal Inovasi Penelitian,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 3, pp. 1–4, 2020.
- [15] A. D. Kusumastuti, “Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam Mempertahankan Business Continuity Management (BCM),” *eJournal Adm. Bisnis*, vol. 8, no. 3, pp. 224–232, 2020, [Online]. Available: <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/4188>.
- [16] W. Laura Hardilawati, “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19,” *J. Akunt. dan Ekon.*, vol. 10, no. 1, pp. 89–98, 2020, doi: 10.37859/jae.v10i1.1934.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN