

## PENGARUH TOKO MODERN TERHADAP MINAT KONSUMEN DAN PENDAPATAN UMKM DI DESA JATI KECAMATAN KAO

Sintia Mandoru<sup>1</sup>, Faisal Y. Habsyi<sup>2</sup>, Anhar Drakel<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institut Sains dan Kependidikan (ISDIK) Kie Raha Maluku Utara

Email: [sintiamandoru@gmail.com](mailto:sintiamandoru@gmail.com)<sup>1</sup>, [faisalhabsyi81@gmail.com](mailto:faisalhabsyi81@gmail.com)<sup>2</sup>, [anharrakel21@gmail.com](mailto:anharrakel21@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan Observasi, kuisioner dan wawancara yang mendalam (*indepth interview*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi UMKM terhadap toko modern adalah berdampak negatif dan positif. Dampak negatifnya, pendapatan UMKM mengalami penurunan. Dampak positifnya, kehadiran toko modern memberikan motivasi kepada UMKM untuk dapat berbenah dan mengevaluasi diri dari toko modern.

**Kata Kunci :** Pengaruh Toko Modern, Minat Konsumen, Pendapatan UMKM

### ABSTRACT

*This research is quantitative. Data collection techniques included observation, questionnaires, and in-depth interviews. The results indicate that MSMEs' perceptions of modern stores have both positive and negative impacts. The negative impact is a decrease in MSME revenue. The positive impact is that the presence of modern stores motivates MSMEs to improve and evaluate themselves.*

**Keywords:** Influence Modern Stores, Consumer Interest, MSME Income

### PENDAHULUAN

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu (Aziz, 2005). Berdasarkan Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 menerangkan bahwa pasar adalah area tempat jual beli barang atau tempat bertemunya pedagang dan pembeli. Pasar tradisional adalah pasar dengan ciri utama terdapat tawar-menawar harga dalam proses jual beli, sedangkan pasar modern merupakan area jual beli yang memiliki harga yang pasti.

Seiring perkembangan zaman dan pertumbuhan ekonomi, pasar modern mengalami peningkatan usaha yang signifikan, hal ini ditandai dengan banyak masyarakat menjadikan toko modern sebagai tempat berbelanja sehingga terjadi peningkatan penjualan toko modern seperti minimarket, supermarket dan hypermarket di lingkungan masyarakat. Diantara ketiga karakteristik toko modern ini, minimarket merupakan jenis toko modern yang mendominasi dalam hal tempat berbelanja masyarakat di era ini.

Jenis minimarket yang banyak dikunjungi sebagai tempat berbelanja oleh masyarakat adalah Indomaret, Alfamart dan Alfamidi. Berdasarkan data Nielsen Retail Audit menunjukkan bertambahnya jumlah gerai Indomaret pada Juni 2018 bertambah 300 unit menjadi 15.526 gerai dari posisi Januari, Alfamart meningkat 32 unit menjadi 13.522 gerai dan Alfamidi bertambah 59 unit menjadi 1.478 gerai. Pasar modern bertumbuh 31,4 %, sedangkan pasar tradisional minus 8,1 % (Databoks, 2018). Hal ini menunjukkan adanya pola pergeseran belanja konsumen yang mulanya berbelanja kebutuhan sehari-hari di ritel tradisional kini beralih ke pasar modern.

Pertumbuhan toko modern jenis minimarket ini yaitu Indomart, Alfamart, dan Alfamidi tentu tidak terlepas atas kepatuhan terhadap aturan-aturan dalam mendirikan toko modern. Pendirian minimarket ini harus memenuhi peraturan perundang-undangan yaitu Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 tahun 2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Pendirian tersebut harus melakukan analisis kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, dan UMKM yang berada di wilayah bersangkutan. Analisis tersebut meliputi kajian tentang (1) Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan; (2) Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga; (3) Kepadatan penduduk; (4) Pertumbuhan penduduk; (5) Kemitraan dengan UMKM lokal; (6) Penyerapan tenaga kerja; (7) Ketahanan dan pertumbuhan pasar tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal; (8) Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada; (9) Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara toko modern dan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya; (10) Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Berdasarkan peraturan di atas, eksistensi usaha toko modern tidak terlepas dari analisis kondisi sosial masyarakat. Artinya apabila benefit positif yang dihasilkan dari pendirian toko modern lebih besar dari efek negatifnya, maka pendirian pasar modern dapat dilaksanakan. Begitu pula sebaliknya, apabila toko modern tetap diizinkan, tanpa dokumen yang lengkap maka apabila muncul efek sosial dan ekonomi, maka pemerintah sudah harus siap mengambil kebijakan yang tegas untuk menyelesaikan persoalan tersebut (Ramadhani, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dakhoir dengan judul eksistensi usaha kecil menengah dan pasar tradisional dalam kebijakan pengambilan pasar modern menyatakan bahwa dampak keberadaan toko modern Alfamart, Foodmart dan Indomart di Palangkaraya memberikan penguatan dan peningkatan omset UMKM (ritel roti) sekitar. Selain itu, dampak lain eksistensi toko modern memberikan kontribusi bagi masyarakat dengan meningkatkan penghasilan ekonomi tenaga kerja lokal dikarenakan banyak tenaga kerja muda yang berasal dari lokal telah bergabung dengan toko modern tersebut (Dkahoir, 2018)

Eksistensi toko modern berakibat terhadap penurunan jumlah kinerja UMKM dari segi pendapatan, terbukti dari penurunan jumlah komoditas seperti susu, beras, snack, roti, jenis-jenis minuman, detergen, minyak goreng, telur, sabun, sampo, dan kebutuhan pokok yang lain. Tentu hal ini akan dapat menyudutkan keberadaan kios/UMKM pada aktifitas pasar. Dampak yang paling mengerikan adalah toko/kios/pasar tradisional mengalami gulung tikar. Sekretaris Jenderal Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), Muhammad Maulana menjelaskan APPSI telah melakukan penyisiran ke beberapa pasar tradisional di sejumlah daerah dan ditemukan berbagai masalah yang cukup rawan dan perlu diatasi secara cepat yaitu berkurangnya jumlah pasar tradisional hingga mencapai dua ribu pasar karena tergerus keberadaan toko modern. Jumlah ini

kemungkinan akan terus bertambah melihat keberadaan toko modern yang cukup marak, dan ini merupakan kondisi yang amat memprihatinkan (Wicaksono, 2018)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rusno (2008), yang menyatakan bahwa diketahui 67 % responden menyatakan pesatnya minimarket walaba berdampak besar pada kontinuitas usaha UMK dan 33 % menyatakan bahwa dampak pesatnya minimarket waralaba pada strategi pemasaran. Jika kontinuitas serta prospek usaha mengalami dampak yang sangat besar maka tidak menutup kemungkinan usaha kecil dapat mengalami penurunan.

Persaingan perdagangan antara toko modern dengan usaha kecil disekitarnya, bermain menjual mata dagangan yang sama seperti kebutuhan sehari-hari seyogianya menjadi bagian dari kesulitan usaha kecil dapat dianalisis melalui beberapa segi, selain dari sisi jarak yang berdekatan juga dilihat dari sisi konsumen maupun kondisi usaha kecil yang telah yang kurang fasilitas baik secara pelayanan, kondisi toko dan barang-barang yang kurang lengkap maupun barang dagangan yang dijual, disusun dan dipajang acak-acakan.

Tentu dalam hal ini, beberapa persoalan di atas dapat menyebabkan ketimpangan terhadap persaingan usaha, maka hal itu dapat menyebabkan distorsi pasar (Sutan Remy Sjahdeini). Sebagaimana dalam pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat yaitu persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Oleh karena itu, peranan pemerintah dalam hal sangat diperlukan guna melakukan penataan dan pengaturan kembali terhadap toko modern dan UMKM dengan tujuan menciptakan iklim bisnis yang sehat.

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan toko-toko retail dewasa ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita, tidak hanya di kota metropolitan saja tetapi sudah merambah ke kota-kota kecil ditanah air. Sangat mudah saat ini menjumpai retail (Indomaret dan Alfamidi) di sekitar tempat tinggal kita, tempat tersebut menjanjikan tempat yang nyaman dengan harga yang relative tidak jauh berbeda dengan yang dijual oleh pedagang eceran, namun yang demikian ini ternyata membuat UMKM terancam dengan keberadaannya.

Dengan berkembangnya toko modern ini sudah mencapai daerah-daerah pinggiran ataupun daerah terpencil termasuk di Desa Jati, Kecamatan Kao. Menurut hasil observasi peneliti, Sebagaimana diketahui wilayah Desa Jati, Kecamatan Kao ini adalah Kabupaten yang baru berkembang. Dimana dalam perdagangan manapun pasti terdapat persaingan di dalamnya, tidak terkecuali pada usaha kecil dan menengah ini. Adapun yang menjadi pesaing pedagang kecil ini adalah kehadiran Toko Modern di sekitaran lokasi usaha kecil dan menengah tersebut. Banyak Keluhan dari pedagang usaha kecil dan menengah setelah adanya toko modern karna masyarakat di Desa Jati Kecamatan Kao ini lebih dominan berbelanja di toko modern dengan alasan lebih banyak pilihan dari apa yang dibutuhkan masyarakat dan juga lebih banyak diskon serta tempat yang nyaman. Tentunya ini sangat berdampak buruk bagi para pedagang usaha kecil dan menengah di Desa Jati, Kecamatan Kao dari segi minat konsumen dan pendapatan. Sampai saat ini gerai-gerai toko modern di Desa Jati, Kecamatan Kao terus bertambah setiap tahunnya meskipun pemerintah sudah membuat peraturan dan meminimalisir adanya minimarket modern. Dari banyaknya minimarket yang ada dan memiliki banyak inovasi akan berdampak buruk bagi daerah sekitar.

Kecamatan Kao lebih tepatnya di Desa Jati merupakan daerah yang strategis, banyak dikunjungi orang dari berbagai daerah dan di tempati oleh berbagai ragam masyarakat, hal ini dapat dibuktikan bahwa adanya fasilitas pelayanan seperti Bandar Udara, Bank, Pegadaian dan sebagainya. Hal tersebutlah yang mendukung para investor atau pengusaha untuk mendirikan minimarket modern yang pada saat ini sedang berkembang pesat.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pengertian Toko Modern**

Toko modern merupakan perdagangan ritel/eceran dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran berbentuk minimarket, supermarket, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Arti modern sendiri yaitu penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga profesional (Triyuda, 2017)

Toko modern dan pusat perbelanjaan diatur dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Pasar Modern. Perpres 112/ 2007 tersebut selanjutnya dijabarkan lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No 53/M-DAG/ PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Perizinan toko modern dan pusat perbelanjaan selanjutnya diatur dalam sejumlah peraturan daerah.

Untuk pendirian toko modern, lokasi pendiriannya wajib mengacu pada rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota, dan rencana detail tata ruang Kabupaten/Kota. Supermarket dan departement store tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan “jalan lingkungan” dan tidak boleh berada pada Kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan. Minimarket boleh berlokasi pada setiap jaringan jalan, termasuk sistem jaringan “jalan lingkungan” pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam perkotaan (Serfianto, dkk, 2013).

Usaha toko modern dan minimarket tumbuh pesat di Indonesia. Pertumbuhan bisnis toko modern, baik dalam hal segi perputaran uang, jumlah gerai, formasi format gerai dipicu oleh beberapa faktor yaitu : pertumbuhan ekonomi, besar populasi dan pertumbuhan dan jumlah penduduk dan kebijakan pemerintah (Sujana, 2013).

### **Pengertian Pendapatan**

Suryanti et al., (2021) mengungkapkan pada jurnalnya bahwa pendapatan didefinisikan sebagai jumlah atau total keseluruhan uang yang diperoleh dari usaha yang dijalankan. Kegiatan atau usaha yang dijalankan bertujuan pada hasil atau perolehan dari penjualan suatu produk atau jasa milik perusahaan sehingga didapat pendapatan yang diterima walaupun harus dikurangi biaya-biaya. Sedangkan menurut (Fauzan et al., 2020) peningkatan pendapatan adalah suatu keadaan semakin maju dan berkembangnya suatu usaha dengan melihat dari sisi semakin banyaknya usaha tersebut dalam menghasilkan laba. Hery (2017) memaparkan bahwa penerimaan (pendapatan) usaha terdiri atas 2 jenis yaitu : (a) Pendapatan operasi Jenis pendapatan operasi didapat dari kegiatan utama usaha atau kegiatan yang berkaitan langsung utama (pokok) perusahaan. Pendapatan operasi ini timbul akibat dari adanya penjualan produk atau jasa dalam periode tertentu; (b)

Pendapatan non operasi Jenis pendapatan non operasi didapat dari kegiatan perusahaan namun asalnya dari luar aktifitas inti perusahaan. Jenis pendapatan ini diperoleh terbatas pada suatu periode tertentu. Pendapatan UMKM dimaknai sebagai suatu penghasilan yang didapatkan dari kegiatan usaha yang asalnya diperoleh operasional atau non operasional usaha. Pendapatan merupakan objek yang sangat penting karena tujuan utama dari perusahaan salah satunya adalah melakukan aktivitas usahanya agar selalu mengalami peningkatan. Peningkatan berarti suatu penambahan derajat, tingkat, kualitas maupun kuantitas dalam suatu tujuan tertentu. Secara umum dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan total uang secara keseluruhan yang diperoleh dari suatu usaha atau perusahaan dalam berbagai kegiatan yang dijalankan.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik (Mahyu, 2013).

Nilai wajar yang dimaksud dalam PSAK No. 23 adalah dimana suatu aset dapat dipertukarkan atau suatu liabilitas diselesaikan antara pihak yang memahami dengan keinginan untuk melakukan transaksi wajar (*arm's length transaction*). Barang atau jasa yang dijual atau barter dengan barang atau jasa yang sifat dan nilainya tidak sama, dianggap sebagai transaksi yang mengakibatkan pendapatan. Tetapi apabila barang atau jasa yang dipertukarkan dengan barang atau jasa lainnya yang sifat dan nilai yang sama maka pertukaran tersebut tidak dianggap sebagai transaksi yang mengakibatkan pendapatan. (Furqon, 2017).

### **Pengertian dan Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Memiliki aset paling banyak Rp. 50 juta atau dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp. 300 juta. Adapun ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut : (1) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti. Artinya para usaha mikro ini lebih melihat pada jenis barang yang banyak diminati oleh calon pembeli maka dari itu jenis barangnya berubah – ubah; (2) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat. Sama dengan jenis barang yang dijualnya tempatnya pun berpindah-pindah. Pelaku usaha mikro lebih melihat pada kondisi ramai dengan para pembeli; (3) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. Dalam hal ini pelaku usaha mikro masih sangat sedikit sekali yang mampu membuat neraca usahanya (laporan keuangan); (4) Sumber daya manusianya (para pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai. Usaha yang dilakukan hanya usaha sampingan saja; (5) Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah, umumnya hanya tingkat SD saja; (6) Umumnya belum memiliki akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank. Tetapi , para usaha mikro lebih mengenal rentenir dan tengkulak saja karena dianggap mudah dan cepat; (7) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP (Basri & Nugroho, 2009).

Contoh usaha yang termasuk kepada golongan usaha mikro adalah : industri makanan dan minuman, industri pembuatan alat-alat pandai besi, usaha perdagangan seperti pedagang kaki lima, pedagang di pasar ayam, itik, dan perikanan dan usaha jasa seperti perbengkelan, salon kecantikan, ojek dan penjahit: usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan, dan pembudidaya .

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 2, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp. 500 juta atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta hingga maksimum Rp. 2.500.000.000.

Adapun ciri-ciri usaha kecil adalah: (1) Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak mudah berubah; (2) Lokasi/tempat usahanya, umumnya menetap dan tidak berpindah-pindah. Pada umumnya sudah memiliki administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat rencana neraca usaha; (3) Memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. (4) Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha; (5) Sebagian usaha kecil sudah memiliki akses ke perbankan dalam hal keperluan modal; (6) Sebagian besar usaha kecil belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning (Basri dan Nugroho).

Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 ayat 3 contoh usaha-usaha yang dapat dikategorikan usaha kecil, antara lain usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja; pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya; pengrajin industri makanan dan minuman, industri meublair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi, dan industri kerajinan tangan, peternakan ayam, itik, perikanan dan koperasi berskala kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 Juta hingga paling banyak Rp. 10 miliar atau memiliki hasil penjualan tahunan diatas Rp. 2.500.000.000 sampai paling tinggi Rp. 50 miliar.

Ciri-ciri usaha menengah adalah : (1) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern dengan pembagian tugas yang jelas seperti bagian keuangan , bagian pemasaran, dan bagian produksi; (2) Memiliki manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan; (3) Memiliki aturan atau pengelolaan organisasi perburuhan, jamsostek, dan pemeliharaan kesehatan. (4) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas, antara lain izin tetangga, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan; (5) Memiliki akses terhadap sumber-sumber pendanaan perbankan; (6) Memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik (Basri dan Nugroho).

Contoh usaha menengah adalah usaha pertanian, perkebunan, kehutanan skala menengah, usaha perdagangan grosir termasuk ekspor dan impor, usaha jasa ekspedisi

muatan kapal laut, jasa transportasi taxi dan bus antar provinsi; usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam; dan usaha pertambangan dan marmer buatan.

Defenisi lain mengenai UMKM juga dijelaskan oleh Kuncoro, membagi jenis UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut Kuncoro, usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga (IKRT). Kuncoro mengklarifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjaannya, yaitu (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja 5-19 orang; (3) industri menengah dengan pekerja 20-99 orang; (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (Kuncoro, 2010).

Pada prinsipnya, perbedaan antara usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Di bawah ini akan dijelaskan tabulasi karakteristik dan perbedaan antara usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan tabel berikut :

**Tabel Perbedaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

No	Aspek	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1	Formalitas	Beroperasi di sektor informasi, usaha tidak terdaftar tidak/jarang bayar pajak	Beberapa beroperasi pada sektor formal, beberapa tidak terdaftar, sedikit membayar pajak	Semua di sektor formal, terdaftar dan membayar pajak
2	Organisasi dan Manajemen	Dijalankan oleh pemilik, tidak menerapkan pembagian kerja internal (ILD), manajemen dan struktur organisasi formal (MOF), dan sistem pembukuan formal (ACS)	Dijalankan oleh pemilik, tidak ada ILD, MOF, dan ACS	Dijalankan oleh manajer profesional dan menerapkan ILD, MOF, dan ACS Banyak memakai bahan baku impor
3	Sifat Kesempatan Kerja	Kebanyakan menggunakan anggota-anggota keluarga , tidak dibayar	Beberapa menggunakan tenaga kerja	Semua memakai tenaga kerja dan memiliki sistem perekrutan formal
4	Pola Proses Produksi	Derajat mekanisasi sangat rendah/umumnya manual, tingkat teknologi sangat rendah	Beberapa memakai mesin baru	Memiliki mekanisasi yang tinggi dan memiliki akses terhadap teknologi tinggi
5	Orientasi Pasar	Umumnya menjual ke pasar	Banyak yang menjual ke pasar	Semua menjual ke pasar domestik dan

		lokal untuk kelompok berpendapatan rendah	domestik dan ekspor, dan melayani kelas menengah ke atas	banyak yang diekspor, melayani kelas menengah ke atas
6	Profil ekonomi dan sosial dari pemilik usaha	Pendidikan rendah dan dari rumah tangga miskin	Banyak berpendidikan baik dan dari rumah tangga non miskin	Sebagian besar berpendidikan baik dan dari rumah tangga
7	Sumber bahan baku bayar pajak sedikit membayar pajak	Kebanyakan memakai bahan lokal dan uang pribadi	Beberapa memakai bahan baku impor dan memiliki akses ke kredit formal	Banyak memakai bahan baku impor dan memiliki akses ke kredit formal
8	Hubungan Eksternal	Kebanyakan tidak memiliki akses ke program-program pemerintah dan tidak punya hubungan bisnis dengan usaha berskala besar	Banyak yang memiliki akses ke program-program pemerintah dan punya hubungan bisnis dengan usaha berskala besar	Sebagian besar memiliki akses ke program-program pemerintah dan mempunyai hubungan bisnis dengan usaha berskala besar
9	Pengusaha Wanita	Warisan keluarga, memiliki keahlian dan memanfaatkan peluang yang besar dan aman	Rasio jumlah pengusaha wanita terhadap pria cukup tinggi	Rasio jumlah pengusaha wanita terhadap pria sangat rendah
10	Asset	Maks. 50 Juta	>50 – 500 juta	>500 juta – 50 miliar
11	Omzet	Maks. 300 juta	>300 juta – 2,5 Milliar	>2,5 Milliar- 50 Milliar Motivasi utama mencari profit
12	Tenaga Kerja	> 4 orang	5-19 orang	20 – 99 orang
13	Motivasi Berusaha	Bertahan hidup ( <i>survival</i> )	Banyak yang bermotivasi mencari profit	Motivasi utama mencari profit
14	Latar Belakang Pengusaha	Meneruskan usaha keluarga, tidak ada kesempatan	Warisan keluarga, dibekali keahlian,	Warisan keluarga, memiliki keahlian dan memanfaatkan peluang yang besar dan aman

		berkarir pada bidang lain	membuka lapangan kerja	
--	--	---------------------------	------------------------	--

Perbedaan beberapa kriteria tersebut dapat dimengerti karena alasan kepentingan pembinaan yang spesifik dari masing-masing sektor yang bersangkutan. Tetapi disadari juga bahwa dalam hal beberapa perbedaan tersebut dapat menimbulkan kesulitan terhadap suatu lembaga peneliti terutama dalam pengambilan sampel penelitian, sehingga hasilnya dapat menimbulkan persepsi yang berbeda.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa definisi usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan dimana usaha mikro yang memiliki kekayaan bersih kurang dari Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan kurang dari Rp. 300 juta. Usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50 juta sampai paling banyak Rp. 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 miliar. Sedangkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta sampai dengan paling banyak Rp. 10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar sampai dengan paling banyak Rp. 50 miliar.

### Permasalahan UMKM

Munizu menjelaskan bahwa ada dua masalah yang dihadapi UMKM. Masalah itu bersifat internal dan eksternal. Faktor – faktor internal terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi/operasional, dan aspek pasar dan pemasaran. Sedangkan faktor-faktor eksternal terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya dan ekonomi, dan aspek peranan lembaga terkait (misal perbankan, koperasi, toko modern). Bagi pemerintah, pemberian dukungan pada pengusaha perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas-luasnya sehingga UMKM mampu meningkatkan perannya dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Dari sisi pengembangan bisnis, permasalahan UMKM adalah permasalahan manajemen atau pengelolaan perusahaan dan permasalahan ini hampir sama untuk seluruh UMKM yang ada di Indonesia. Dengan demikian, pemerintah, bantuan pemasaran, pelatihan managerial, aturan pinjaman merupakan hal penting sebagai solusi persoalan UMKM (Munizu, 2010).

### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga bahwa toko modern berpengaruh terhadap minat konsumen di Desa Jati, Kecamatan Kao.
2. Diduga bahwa toko modern berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Desa Jati, Kecamatan Kao.
- 3.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berlokasi di Desa Jati Kecamatan Kao. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Desa jati kecamatan Kao yang berjumlah 14 UMKM dan 22 konsumen yang berada di Desa Jati Kecamatan Kao. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling jenuh, dimana teknik ini digunakan untuk menentukan sampel dengan mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel.

### Defenisi Operasional

Defenisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkapkan dalam defenisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel variabel bebas dan variabel terikat. Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelas dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel Definisi Operasional**

No	Variabel	Defenisi variabel	Indikator	Skala
1	Toko Modern (X)	Toko Modern merupakan perdagangan ritel/eceran dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran berbentuk <i>minimarket</i> , <i>supermarket</i> , <i>hypermarket</i> ataupun grosir yang berbentuk perkulakan	1. Efisiensi waktu 2. Pelayanan 3. Fasilitas 4. Self Service 5. Tata Ruang	Likert

2	Minat Konsumen (Y1)	Minat konsumen merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk</li> <li>2. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut</li> </ol>	Likert
3	Pendapatan (Y2)	Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang di diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Besar pendapatan perhari</li> <li>2. Besar pendapatan perbulan</li> <li>3. Kecukupan dalam pembiayaan kebutuhan sehari-hari</li> <li>4. Akses</li> </ol>	Likert

### Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan peneliti studi kasus yang dipergunakan untuk menyimpulkan, mengelola, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah memahami objek dari penelitian tersebut. Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis dengan aplikasi yaitu SPSS 22.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program komputer SPSS 22 dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu

variabel independen terhadap variabel dependen (Saragih & Nasution, 2015). Bentuk – bentuk model regresi linier sederhana yang menunjukkan hubungan antara dua variabel, yaitu variabel X sebagai variabel independen dan Y sebagai variabel dependen :

$$Y1 = a + bx$$

$$Y2 = a + bx$$

Dimana :

Y1 = Minat Konsumen

Y2 = Pendapatan UMKM

X = Toko Modern

A,b = Koefisien Regresi

Untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh Toko Modern terhadap minat konsumen dan pendapatan UMKM di Desa Jati, Kec. Kao.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Regresi linear berganda

**Tabel Uji Regresi Linear Berganda Variabel X dan Y1**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	42,829	7,393		5,793	,000
MINAT KONSUMEN	-,441	,234	-,388	-1,882	,074

Sumber : Hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel coefficientsa pada kolom unstandardized dalam kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai constant (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 42,829 sedangkan koefisien regresi untuk variabel bebas/toko modern sebesar -0,441. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini Nyang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y1=a+bX$$

$$PN=a+b1PN+e$$

$$Y1=42,829-0,441PN$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 42,829 menyatakan bahwa jika variabel Toko Modern diabaikan atau sama dengan nol, maka Minat Konsumen adalah 42,829%.
- 2) Koefisien regresi dari Toko Modern adalah sebesar -0,441%. Maksudnya adalah bahwa setiap peningkatan pada Toko Modern sebesar satu persen maka

Minat konsumen akan mengalami kenaikan sebesar -0,441%. Begitu juga sebaliknya, apabila Toko Modern mengalami penurunan sebesar satu persen maka Minat Konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,441%.

**Tabel Uji regresi Linear Berganda Variabel X dan Y2**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,190	6,178		1,811	,095
TOTY2	,544	,477	,313	1,140	,276

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel coefficientsa pada kolom unstandardized dalam kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai constant (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 11,190 sedangkan koefisien regresi untuk variabel bebas/toko modern sebesar 0,544. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini Nyang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y1=a+bX$$

$$PN=a+b1PN+e$$

$$Y1=11,190+0,544PN$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 11,190 menyatakan bahwa jika variabel Toko Modern diabaikan atau sama dengan nol, maka Pendapatan UMKM adalah 11,190%.
2. Koefisien regresi dari Toko Modern adalah sebesar 0,544%. Maksudnya adalah bahwa setiap peningkatan pada Toko Modern sebesar satu persen maka Pendapatan UMKM akan mengalami kenaikan sebesar 0,544%. Begitu juga sebaliknya, apabila Toko Modern mengalami penurunan sebesar satu persen maka Pendapatan akan mengalami penurunan sebesar 0,544%.

### Uji Koefisien Determinasi (R)

**Tabel Uji Koefisien Determinasi R (Y1)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,388 <sup>a</sup>	,150	,108	3,800

Sumber : Hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted sebesar 0,108. Hal ini berarti variabilitas variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh variabel independen sebesar 10,8 % dan sisanya -89,2 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

**Tabel Uji Koefisien Derterminasi R (Y2)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,313 <sup>a</sup>	,098	,023	4,943

*Sumber : Hasil olah SPSS*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted sebesar 0,023. Hal ini berarti variabilitas variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh variabel independen sebesar 02,3 % dan sisanya -97,7 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

**Uji Hipotesis**

1. Hasil uji t Toko Modern terhadap Minat konsumen yang tersaji pada tabel 4.6 diperoleh nilai t hitung sebesar 5,793 > dari t tabel 1,325 dan nilai signifikannya sebesar 0,000 < 0,05, maka H2 diterima. Artinya Toko Modern berpengaruh positif terhadap terhadap Minat Konsumen
2. Hasil uji t Toko Modern terhadap Pendapatan UMKM yang tersaji pada tabel 4.7 diperoleh nilai t hitung sebesar 1,811 > dari t tabel 1,356 dan nilai signifikannya sebesar 0,095 > 0,05, maka H2 diterima. Artinya Toko Modern berpengaruh positif terhadap terhadap Pendapatan UMKM

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:  
 Banyaknya toko modern yang didirikan di daerah sekitar dengan jarak yang berdekatan satu sama lain, sehingga masyarakat lebih memilih berbelanja di toko modern. Bekerjasamanya minimarket modern dengan situs belanja online yang memiliki banyak penawaran membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di minimarket modern.

**DAFTAR PUSTAKA**

Afdillah Firdaus, Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT. Efa Artha Utama). Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UniversitasRiau. Februari 2017

Andang Sotyobudi, 2007. Peran serta Bank Indonesia dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Buletin Hukum Perbankan dan Ke Bank Sentralan Volume 5 No. 2, Agustus



- Andi Fahmi Lubis, Dkk, Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks, (Jakarta: GTZ, 2009), h. 106
- Arifin, Zainal. 2016. Evaluasi Pembelajaran (Prinsip Teknik dan Prosedur), Cetakan Kedelapan, Jakarta : Rosda Karya
- BN. Marbun, Kamus Manajemen, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003).
- Boediono, Pengantar Ekonomi (Jakarta: Erlangga, 2002).
- Basri, Yuswar Zainul dan Mahendro Nugroho, Ekonomi Kerakyatan : Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Dinamika dan Pengembangan), Jakarta : Universitas Trisakti, 2009
- Baswir, Keterbelakangan Usaha Kecil dan Peningkatan Otonomi Daerah, Jurnal Analisis Sosial, 2000
- Bobo, Julius, 2003, Transformasi Ekonomi Rakyat, Pustaka Cidesindo, Jakarta.
- Dakhoir, Ahmad. Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern, dalam Jurnal Studi Agama dan Masyarakat Volume 14, No. 01, Juni 2018.
- Danang Faizal Furqon. (2017). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Kuwarasan Kabupaten Demak. Semarang UNDP.
- Dr. Saifuddin Azwar, MA., Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- Febiana, Dina, Srikandi Kumadji dan Sunarti. 2014. Pengaruh word of mouth terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan Pembelian. Jurnal administrasi bisnis (JAB) Vol. 16 No Hal. 1-6
- Fauzan Haqiqi, Rahma Dewi Susanti, & Ferawati. (2020). Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja Dan Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Di Desa Pongkar Kecamatan Tebing K`abupaten Karimun (Tahun 2014 – 2018). Jurnal Cafetaria, 1(1), 63–72.
- Ghozali, I. (2018). SPSS Aplikasi Analisis Multivariate Statistik. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartinah, R. (2019). Pengaruh Asset, Pinjaman Kredit Modal Usaha, Modal Sendiri, Tenaga Kerja, dan Umur Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal. Skripsi. Universitas Pancasakti Tegal, Hal 51-57.
- Huseini, Martani & Lubis, S.B. Haris (2009). Pengantar teori organisasi: Suatu Pendekatan Makri, Depok : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia