

DAMPAK KEBERADAAN SWALAYAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DI KELURAHAN BAKUNG JAYA KOTA JAMBI

Eka Mely Saputri¹, Elyanti Rosmanidar²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi^{1,2}

Email : ekamelysaputri04@gmail.com¹ , elyantirosmanidar@uinjambi.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan ritel modern seperti swalayan menimbulkan persaingan yang semakin ketat bagi pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di berbagai daerah, termasuk di Kelurahan Bakung Jaya Kota Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan pendapatan UMK sebelum dan sesudah keberadaan swalayan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perubahan pendapatan tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada 10 pelaku UMK yang berlokasi di sekitar swalayan. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif melalui perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah berdirinya swalayan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh UMK mengalami penurunan pendapatan setelah beroperasinya swalayan dengan rata-rata penurunan sebesar Rp5.050.000 per bulan atau sekitar 52% dari pendapatan awal. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh perubahan preferensi konsumen ke arah swalayan yang lebih menawarkan kenyamanan, harga lebih kompetitif, kelengkapan produk, lokasi yang strategis, dan promosi agresif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberadaan swalayan berdampak negatif terhadap pendapatan UMK sehingga diperlukan strategi peningkatan daya saing, seperti inovasi produk, pemanfaatan digital marketing, peningkatan kualitas pelayanan, dan dukungan pemerintah dalam pendampingan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan upaya perlindungan dan pemberdayaan UMK di era pasar modern.

Kata Kunci: UMK, Swalayan, Pendapatan, Persaingan Bisnis, Pasar Modern

ABSTRACT

The rapid development of modern retail businesses such as supermarkets has created increasingly intense competition for Micro and Small Enterprises (MSEs) in various regions, including Bakung Jaya Village, Jambi City. This study aims to analyze the differences in income of MSEs before and after the establishment of supermarkets, as well as to identify the factors influencing the decline in their income. This research employs a quantitative approach, with primary data obtained through structured questionnaires distributed to 10 MSEs located near supermarkets. The data were analyzed using descriptive quantitative methods by comparing income levels before and after the presence of supermarkets. The findings indicate that all respondents experienced a significant decline in income, with an average decrease of Rp5,050,000 per month or approximately 52% of their initial revenue. This decline was driven by changes in consumer preferences toward supermarkets, which offer greater comfort, more competitive prices, a wide variety of products, strategic locations, and more aggressive promotional strategies. The study concludes that the

Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism checker no 1381

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

presence of supermarkets has a negative impact on the income of MSEs, requiring them to implement adaptive strategies such as improving service quality, product innovation, digital marketing utilization, and enhancing business management capabilities. Moreover, government support is crucial in providing business development assistance and regulatory protection to ensure the sustainability of MSEs amid modern market competition. This research is expected to serve as a reference for policymakers in formulating programs to protect and empower MSEs in the retail transformation era.

Keywords: Micro and Small Enterprises, Supermarket, Income Decline, Business Competition, Modern Retail

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor ritel di Indonesia dalam satu dekade terakhir menunjukkan perubahan yang sangat pesat. Pergeseran pola konsumsi masyarakat dari pasar tradisional ke ritel modern, seperti swalayan dan minimarket berjejaring, telah menjadi fenomena ekonomi yang menonjol di berbagai daerah. Meningkatnya aksesibilitas, kenyamanan berbelanja, ketersediaan produk yang lebih beragam, serta sistem pembayaran non-tunai menjadi faktor utama yang mendorong konsumen lebih memilih berbelanja di swalayan dibandingkan di toko tradisional. Menurut laporan Kementerian Perdagangan (2021), ekspansi ritel modern di Indonesia meningkat rata-rata 10-15% per tahun, terutama di kawasan pemukiman dan pinggiran kota, menggantikan peran sebagian usaha mikro kecil (UMK) yang sebelumnya mendominasi sektor perdagangan local (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023).

Fenomena ini tidak hanya menggambarkan perubahan perilaku konsumen, tetapi juga memunculkan tantangan struktural bagi pelaku usaha mikro kecil (UMK). Keberadaan swalayan yang beroperasi dengan sistem manajemen modern, strategi promosi yang agresif, dan efisiensi rantai pasok, menimbulkan dampak yang signifikan terhadap daya saing UMK. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kehadiran minimarket dan swalayan berdampak negatif terhadap pendapatan pelaku UMK di sekitarnya, terutama bagi toko kelontong dan warung tradisional yang memiliki segmen pasar serupa (Hamid & Hasan, 2021).

Sementara itu, studi terbaru oleh (Wati et al., 2025) menunjukkan bahwa dampak swalayan terhadap UMK sangat bergantung pada lokasi dan karakteristik sosial ekonomi masyarakat sekitar. Di daerah dengan pendapatan masyarakat menengah ke atas, efeknya lebih besar karena daya beli konsumen lebih mudah dialihkan ke swalayan; sebaliknya, di daerah dengan tingkat sosial ekonomi menengah ke bawah, masyarakat cenderung tetap berbelanja di warung tradisional karena faktor kedekatan dan kepercayaan.

Kelurahan Bakung Jaya merupakan kawasan dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup dinamis, terutama pada sektor perdagangan kecil seperti warung sembako, toko kelontong, pedagang makanan, dan kios harian. Sejak berdirinya beberapa swalayan besar seperti Fresh, Tropi Mart, dan Mandala Mart, sebagian pelaku UMK melaporkan adanya perubahan dalam jumlah pelanggan dan pendapatan usaha mereka. Beberapa pedagang mengalami penurunan omzet hingga 20-40%, sedangkan sebagian lainnya justru mendapatkan pelanggan baru karena meningkatnya arus lalu lintas ekonomi di sekitar swalayan.

Subjek penelitian ini adalah 10 pedagang mikro dan kecil yang berada di sekitar tiga swalayan tersebut. Mereka dipilih karena memiliki lokasi usaha yang berdekatan dengan swalayan dan telah menjalankan usaha minimal satu tahun sebelum dan sesudah swalayan berdiri. Dengan demikian, para responden dianggap mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai perubahan pendapatan dan kondisi usaha akibat keberadaan swalayan di lingkungan mereka.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Baba et al., 2023) dalam penelitiannya yaitu kehadiran minimarket

berhubungan dengan penurunan pelanggan dan omset toko kelontong tradisional; namun pedagang yang berinovasi (layanan kredit, diversifikasi produk) cenderung menahan penurunan lebih kecil. Selanjutnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia & Septiana, 2023) dalam penelitiannya yaitu Penurunan omzet yang nyata, terutama toko dalam radius sangat dekat (<100 m); rekomendasi: pembatasan zonasi atau pendampingan UMK. Yang terakhir, yaitu dilakukan oleh (De Villa et al., 2022) dalam penelitiannya yaitu Supermarket mempengaruhi customer attraction & retention; efek pada sales/ revenue moderat; pedagang melakukan adaptasi operasional untuk bertahan. Menawarkan instrumen pengukuran yang sering diadaptasi di studi-studi lokal.

Berdasarkan hasil pengamatan awal dan temuan penelitian sebelumnya, penting untuk dilakukan kajian empiris mengenai dampak keberadaan swalayan terhadap pendapatan usaha mikro kecil di Kelurahan Bakung Jaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai perubahan kondisi ekonomi mikro di daerah tersebut, sekaligus menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam menyusun kebijakan yang berpihak pada keberlangsungan UMK di tengah pertumbuhan pasar modern.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki dua tujuan utama:

1. Menganalisis perbedaan tingkat pendapatan usaha mikro kecil sebelum dan sesudah keberadaan swalayan di Kelurahan Bakung Jaya.
2. Mengidentifikasi seberapa besar pengaruh keberadaan swalayan terhadap perubahan pendapatan pedagang mikro di wilayah tersebut dengan pendekatan kuantitatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh keberadaan swalayan terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kelurahan Bakung Jaya. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang melibatkan pengumpulan data dalam bentuk angka serta menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis, memperoleh kesimpulan, dan memahami hubungan antara variabel yang diteliti (Candra Susanto et al., 2024). Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif dengan menggunakan data numerik yang dapat dianalisis melalui teknik statistik inferensial. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga berupaya menguji hipotesis yang telah dirumuskan secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator kuantitatif yang relevan dengan variabel penelitian. Kuesioner terdiri atas tiga bagian utama, yaitu: (1) identitas responden dan karakteristik usaha, seperti jenis usaha, lama berdiri, jumlah tenaga kerja, dan lokasi; (2) data pendapatan usaha, meliputi rata-rata pendapatan per bulan sebelum dan sesudah berdirinya swalayan; serta (3) faktor-faktor yang mungkin memengaruhi perubahan pendapatan, seperti jarak usaha ke swalayan dan tingkat kesamaan produk yang dijual. Setiap butir pertanyaan disusun dengan format tertutup agar dapat menghasilkan data yang mudah diolah secara statistik.

Data primer dikumpulkan melalui survei lapangan dengan cara peneliti mendatangi langsung lokasi usaha responden. Setiap responden diminta untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi yang akurat mengenai pendapatan bulanan mereka sebelum dan sesudah berdirinya swalayan. Untuk meningkatkan keakuratan data, peneliti juga melakukan verifikasi sederhana terhadap data yang disampaikan dengan membandingkan nota penjualan atau catatan pembukuan yang dimiliki pelaku usaha. Semua data yang diperoleh kemudian diinput ke dalam perangkat lunak statistik untuk dianalisis lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Perbandingan Pendapatan UMK

No	Nama Toko	Pendapatan Sebelum (Rp)	Pendapatan Sesudah (Rp)	Penurunan Pendapatan (Rp)
1	Toko Sumber Rezeki	10.000.000	4.000.000	6.000.000
2	Toko Dua Putra	8.000.000	4.000.000	4.000.000
3	Toko Nirwana	7.000.000	3.000.000	4.000.000
4	Toko Hidayah	9.000.000	5.000.000	4.000.000
5	Toko Wulan	12.000.000	7.000.000	5.000.000
6	Toko Disky	7.000.000	3.000.000	4.000.000
7	Toko Valentino	8.000.000	4.000.000	4.000.000
8	Toko Mely	8.000.000	3.000.000	5.000.000
9	Toko Nur	20.000.000	10.000.000	10.000.000
10	Toko Sembako Reni	8.000.000	3.500.000	4.500.000

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 10 usaha mikro kecil (UMK) di Kelurahan Bakung Jaya, ditemukan bahwa seluruh responden mengalami penurunan pendapatan setelah berdirinya swalayan di wilayah tersebut. Sebelum adanya swalayan, rata-rata pendapatan UMK sebesar Rp 9.700.000 per bulan. Namun, setelah swalayan mulai beroperasi, rata-rata pendapatan menurun menjadi Rp 4.650.000 per bulan. Artinya, terdapat penurunan pendapatan rata-rata sebesar Rp 5.050.000 atau sekitar 52% dari pendapatan awal. Penurunan ini terjadi karena adanya perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih swalayan sebagai tempat berbelanja karena dinilai lebih nyaman, memiliki fasilitas yang lebih baik, serta menyediakan produk yang lebih lengkap dengan harga yang bersaing. Kondisi tersebut menjadikan daya saing UMK semakin lemah dan menyebabkan penurunan jumlah konsumen secara signifikan. Oleh sebab itu, keberadaan swalayan terbukti memberikan dampak negatif terhadap pendapatan UMK, sehingga perlu adanya inovasi dan strategi adaptasi dari pelaku usaha kecil agar dapat mempertahankan eksistensi di tengah persaingan dengan pasar modern.

Dampak keberadaan swalayan terhadap usaha mikro

Berdasarkan hasil analisis perbandingan pendapatan UMK sebelum dan sesudah berdirinya swalayan di Kelurahan Bakung Jaya, terlihat adanya penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Rata-rata pendapatan pelaku usaha mikro kecil sebelum hadirnya swalayan adalah Rp20.000.000 per bulan, sedangkan setelah swalayan beroperasi rata-rata pendapatan menurun menjadi Rp10.000.000 per bulan. Penurunan ini menggambarkan bahwa sebagian konsumen beralih ke swalayan yang menawarkan pelayanan lebih modern, kualitas produk lebih terjamin, serta sistem pembayaran yang lebih praktis.

Dampak negatif lainnya juga dirasakan dalam menurunnya jumlah pelanggan harian serta berkurangnya volume penjualan UMK. Pelaku UMK tidak dapat bersaing dari sisi fasilitas dan kenyamanan tempat, sehingga keberadaan swalayan memberikan tekanan kompetitif yang besar. Situasi ini menunjukkan bahwa swalayan cenderung mendominasi pasar lokal dan menyebabkan UMK mengalami penurunan daya saing. Namun demikian, beberapa pelaku UMK masih mampu bertahan dengan melakukan strategi penyesuaian seperti meningkatkan kualitas

pelayanan, memperluas jaringan pemasaran, dan menawarkan harga yang lebih terjangkau. Meski begitu, sebagian besar pelaku UMK tetap merasakan dampak negatif secara langsung terhadap pendapatan mereka.

Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kehadiran swalayan memberikan dampak yang kurang menguntungkan bagi pendapatan UMK di Kelurahan Bakung Jaya. Penurunan pendapatan yang terjadi menegaskan perlunya dukungan pemerintah serta strategi adaptif dari pelaku UMK agar dapat bertahan dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Faktor yang Mempengaruhi Turunnya Pendapatan UMK

1. **Perpindahan Preferensi Konsumen**
Konsumen cenderung lebih memilih swalayan karena tempatnya lebih nyaman, bersih, rapi, dan memiliki fasilitas modern seperti AC, rak display menarik, serta area belanja luas. Hal ini membuat UMK kehilangan pelanggan setia.
2. **Harga Produk Lebih Kompetitif**
Swalayan sering menjual produk dengan harga relatif lebih murah atau menawarkan promo dan diskon yang sulit diikuti oleh UMK. Sistem pengadaan dalam jumlah besar juga membuat swalayan mampu menekan harga.
3. **Kelengkapan dan Variasi Produk**
Swalayan menyediakan produk yang jauh lebih lengkap dan bervariasi dibanding warung kecil yang memiliki keterbatasan modal untuk stok. Konsumen cenderung berbelanja satu tempat agar lebih efisien.
4. **Lokasi Swalayan yang Strategis**
Swalayan biasanya berada di area yang ramai dan mudah dijangkau, sehingga menarik lebih banyak konsumen dibanding UMK yang sering berada di gang atau pemukiman.
5. **Promosi dan Pemasaran Swalayan Lebih Agresif**
Iklan, katalog diskon, serta program member membuat konsumen lebih terikat dengan swalayan. Sedangkan UMK umumnya masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut.

Berdasarkan uraian faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa penurunan pendapatan UMK di sekitar swalayan terjadi karena adanya persaingan yang tidak seimbang dari aspek kenyamanan, harga, kelengkapan produk, lokasi, serta promosi. Swalayan memiliki fasilitas modern, strategi pemasaran agresif, dan ketersediaan produk yang lebih beragam sehingga mampu menarik sebagian besar konsumen beralih dari UMK ke swalayan. Kondisi ini menyebabkan UMK kehilangan pelanggan dan mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Dengan demikian, keberadaan swalayan memberikan tekanan kompetitif yang tinggi bagi UMK, terutama bagi pelaku usaha yang belum mampu beradaptasi dan meningkatkan daya saingnya.

Upaya Meningkatkan Daya Saing UMK dalam Menghadapi Swalayan

Untuk dapat bertahan dan bersaing di tengah keberadaan swalayan, UMK perlu melakukan berbagai upaya peningkatan daya saing. Salah satu langkah penting adalah meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan layanan yang lebih ramah, cepat, serta membangun kedekatan dengan pelanggan, yang menjadi keunggulan khas UMK dibanding swalayan. Selain itu, UMK juga perlu memperbaiki tampilan usaha dengan menjaga kebersihan, kerapian, serta kenyamanan tempat agar pembeli merasa senang untuk berbelanja kembali. Inovasi produk dan diversifikasi juga harus dilakukan, seperti menyediakan produk khas lokal atau buatan sendiri yang tidak tersedia di swalayan. Pemanfaatan teknologi digital menjadi hal yang sangat relevan saat ini, misalnya melalui penerapan pembayaran non-tunai (QRIS),

promosi via media sosial atau marketplace, serta pembuatan katalog produk digital untuk memperluas jangkauan pasar.

UMK juga dapat menawarkan harga yang kompetitif melalui paket hemat, bonus kecil, ataupun sistem langganan bagi pelanggan tetap. Selain itu, kerja sama antar UMK sangat diperlukan untuk mengurangi biaya operasional seperti pembelian stok bersama sehingga kekuatan pasar lebih kuat daripada berjalan sendiri-sendiri. Pelaku UMK juga harus meningkatkan kemampuan manajerial, khususnya dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengembangan usaha melalui pelatihan dan pendampingan bisnis dari pemerintah maupun komunitas usaha. Pemanfaatan kearifan lokal sebagai identitas usaha dapat memperkuat merek dan membedakan UMK dari swalayan. Di samping itu, peningkatan kualitas dan keamanan produk melalui sertifikasi halal, izin P-IRT, serta kemasan higienis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Terakhir, penerapan program loyalitas pelanggan seperti diskon untuk pelanggan tetap, fleksibilitas pembayaran, atau layanan antar barang akan membuat pelanggan merasa lebih diperhatikan dan tetap memilih UMK sebagai tempat berbelanja. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMK sehingga tetap eksis di tengah persaingan dengan swalayan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak keberadaan swalayan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kelurahan Bakung Jaya, dapat diketahui bahwa kehadiran swalayan membawa perubahan yang cukup signifikan dalam pola konsumsi masyarakat sehingga berdampak langsung pada tingkat pendapatan UMK. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan UMK mengalami penurunan dari rata-rata Rp20.000.000 per bulan sebelum swalayan beroperasi, menjadi Rp10.000.000 per bulan setelah swalayan hadir. Penurunan pendapatan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain perpindahan preferensi konsumen yang lebih memilih swalayan karena kenyamanan belanja yang lebih baik, ketersediaan berbagai promo dan diskon, serta kelengkapan dan variasi produk yang lebih banyak sehingga swalayan menjadi pilihan utama masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Selain itu, lokasi swalayan yang strategis menjadikannya lebih mudah diakses oleh konsumen dibandingkan UMK yang sebagian besar berada di lingkungan permukiman dan tidak semua memiliki fasilitas yang memadai. Strategi promosi swalayan yang lebih agresif dan modern juga menjadi tantangan besar bagi UMK yang masih mengandalkan pemasaran tradisional. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persaingan antara UMK dan swalayan belum berada pada kondisi yang setara. Hal tersebut mengakibatkan daya saing UMK semakin melemah dan berpotensi menurunkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang apabila tidak dilakukan upaya adaptasi dan inovasi yang tepat.

Saran

Untuk dapat bertahan dan meningkatkan daya saing, UMK di Kelurahan Bakung Jaya perlu melakukan strategi adaptif yang lebih efektif. UMK disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki tampilan dan kenyamanan tempat usaha, serta berinovasi dalam produk yang memiliki kekhasan lokal sehingga tidak mudah digantikan oleh swalayan. Pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan transaksi juga perlu diperluas guna menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, kerja sama antar pelaku UMK, peningkatan keterampilan melalui pelatihan bisnis, serta penerapan standar kualitas seperti sertifikasi halal dan pengemasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan berupa akses permodalan, pelatihan berkelanjutan, dan regulasi yang melindungi keberlangsungan UMK agar tetap mampu bersaing secara sehat dalam lingkungan pasar modern. Dengan kolaborasi dan inovasi yang berkelanjutan, UMK dapat

mempertahankan eksistensi serta meningkatkan pendapatan di tengah persaingan dengan swalayan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, M., & Septiana, A. (2023). Dampak Keberadaan Minimarket Iriyanti Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(2), 454-464. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2568>
- Baba, F. R., Moonti, U., Panigoro, M., Bumulo, F., & Bahsoan, A. (2023). Pengaruh Dampak Hadirnya Minimarket terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Tradisional. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9592-9599. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2705>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- De Villa, J. P. D., De Villa, K. I., Banaera, D. U., & Agaran, R. R. (2022). Effects of Waltermart Supermarket on Small Retail Business. *International Journal of Academe and Industry Research*, 3(4), 107-128. <https://doi.org/10.53378/352937>
- Hamid, N., & Hasan, A. (2021). Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kabupaten Maros. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 389-396. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.233>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Retail Industry in Indonesia a Brief Overview*. 1-22.
- Wati, B. M., Abidin, Z., Yatima, K., Musthofa, M. A., Dewi, H., Munip, A., & Mun'amah, A. N. (2025). The Impact of Minimarket Existence on Grocery Store Revenue. *Zabags International Journal of Economy*, 3(1), 63-75. <https://doi.org/10.61233/zijec.v3i1.94>