Pengaruh Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kec. Telanaipura Kota Jambi

¹Yufita Sari, ²Kafsul Anwar US

¹⁻² Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Article history

Received: 12-03-2021

Revised: 10-04-2021

Accepted: 30-05-2021

*Corresponding Author:

Yufita Sari,
Kafsul Anwar US,
Jurusan Ekonomi Syariah,
Fakultas Ekonomi dan
bisnis Islam,
Universitas Negeri Sulthan
Thaha Saifuddin Jambi
Email:

Yufitasari939@gmail.com
[m](mailto:Yufitasari939@gmail.com)

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh berkembangnya waralaba minimarket (Indomaret dan Alfamart) terhadap pendapatan pedagang kecil atau kelontong di kecamatan Telanaipura Kota Jambi. Perkembangan pasar modern kini semakin pesat yang di tandai banyaknya bangunan –bangunan pusat perbelanjaan yang semakin marak, salah satunya adalah Minimarket (Indomaret dan Alfamart) yang semakin pesat berkembang bahkan penyebarannya pun telah memasuki wilayah-wilayah pemukiman. Tidak bisa di pungkiri bahwa berkembangnya Minimarket (Indomaret dan Alfamart) memiliki dampak positif yaitu semakin majunya perekonomian dan juga dapat menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran, tetapi disisi lain Minimarket (Indomaret dan Alfamart) juga memiliki dampak yang negatif apalagi penyebarannya sampai memasuki wilayah pemukiman dengan jarak yang saling berdekatan berdampak buruk bagi warung tradisional atau toko kelontong. Maka mereka mengalami penurunan penjualan dan semakin menurun pendapatan mereka.

Kata Kunci : Berkembangnya Minimarket, Pendapatan Toko Kelontong.

PENDAHULUAN

Pedagang eceran (retail) merupakan perdagangan yang sangat strategis di Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja setelah sektor pertanian. Jenis perdagangan retail terbagi dua, yakni retail tradisional yang secara langsung diwakili oleh pedagang kecil atau kelontong yang berada di pasar tradisional maupun di perumahan dan retail modern yang diwakili oleh supermarket dan minimarket seperti, Indomaret, Alfamart dan minimarket yang mengusung nama lokal.(Setiawan, 2012)

Usaha kecil merupakan sektor usaha yang banyak mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan, hal ini layak diterima usaha kecil karena peranannya yang sangat dominan dalam pembangunan nasional Indonesia. Pada saat krisis ekonomi moneter akhir tahun 1997 banyak usaha besar jatuh bergelimpangan. Sebaliknya ternyata usaha kecil mampu bertahan di tengah-tengah situasi yang sangat tidak kondusif.(Suparyanto, 2013)

Minimarket menawarkan konsep wisata belanja yang tidak jauh dari rumah. Minimarket pun dilengkapi dengan sejumlah fasilitas, seperti mesin anjungan tunai bank swasta maupun BUMN (Badan Usaha Milik Negara), penarikan uang tunai, dan pembayaran menggunakan kartu debit, bahkan beberapa minimarket dilengkapi dengan permainan anak-anak, serta beberapa promosi atau penawaran bonus atau keuntungan lainnya yang ditawarkan. Bagi beberapa masyarakat belanja di minimarket dapat meningkatkan prestise (pengaruh). Kemudahan, kebersihan, kenyamanan serta berbagai fasilitas tersebut dapat memalingkan masyarakat yang biasa berbelanja di pasar tradisional maupun warung untuk berbelanja di minimarket.

Secara tidak langsung, kehadiran minimarket juga memperlihatkan bahwa kapitalisme mulai menjajah ke-Indonesia, padahal secara tekstual Indonesia menganut sistem perekonomian Pancasila yang berasaskan kekeluargaan (koperasi). Sistem kapitalisme sangat menguntungkan bagi pemilik modal. Kapitalisme memberikan keleluasaan para pemilik modal untuk menjalankan perekonomian yang bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, maka pemilik modal besar akan memiliki kesempatan seluas-luasnya dalam mengembangkan sayap perekonomian, tetapi bagi pedagang tradisional yang memiliki modal kecil sulit bersaing dengan minimarket akan merugi hingga akhirnya bangkrut atau gulung tikar. Kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi yang tidak ada batasnya dapat merugikan golongan yang lemah dan kaum minoritas. Persaingan yang sangat bebas menyebabkan golongan yang kuat kedudukannya bertambah kuat lagi. Misalnya, pengusaha besar mematikan usaha kecil. (Sukirno, 2010)

Persebaran minimarket Indomaret dan Alfamart pada satu sisi memiliki dampak yang positif, hal ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan juga menyerap banyak tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran, namun disisi lain hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pedagang kecil kios tradisional, bahkan mematikan usaha mereka. Kehadiran pasar modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kios kecil. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi munumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial diantara para pelaku perdagangan. Membuat pedagang kios kecil semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan minimarket yang menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik dan lain-lainnya bila dibandingkan dengan apa yang dapat ditawarkan oleh pedagang Kios Tradisional.

Dalam Perpres No.112/2007 Pasal 1 Ayat 12 telah dinyatakan bahwa terdapat zonasi, yaitu jarak minimarket dengan pedagang kios kecil atau tradisional, namun tidak ada ketegasan yang pasti berapa jarak tersebut. Bahkan pada saat ini kita dapat menemukan minimarket yang bersebelahan dengan kios ataupun pasar tradisional. Ditambah lagi dengan buruknya kondisi kios tradisional, kondisi ini haruslah mendapat penanganan yang serius dari pemerintah karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Menjadikan kios kecil kelas rumah tangga sebagai tempat perbelanjaan yang nyaman dan menarik adalah suatu tantangan diupayakan pemerintah sebagai rasa tanggung jawab kepada publik serta harus mendorong pedagang tradisional untuk melakukan perubahan pelayanan layaknya pedagang modern agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen.

Di kota Jambi kini terdapat 50 izin pendirian minimarket (Indomaret dan Alfamart) yang dikeluarkan oleh Pemkot Jambi, kemudian khusus di Kecamatan Telanaipura terdapat 7 Indomaret dan 7 Alfamart, totalnya adalah 14 yang terdapat di Kecamatan Telanaipura. Berikut rincian:

Tabel. 1
Persebaran Indomaret di Kec. Telanaipura

No	Nama	Nama Kantor	Tempat Usaha	Kelurahan	Kecamatan
1	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln.Kap. Patimura	Simpang IV Sipin	Telanapura
2	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln. Kol. Abunjani	Selamat	Telanapura
3	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln. Re. Martadinata	Simpang IV Sipin	Telanapura
4	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln. Slamet Riyadi	Solok Sipin	Telanapura
5	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln. Sultan Agung	Murni	Telanapura
6	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln. Siwabessi	Buluran Kenali	Telanapura
7	Djuni Herdi	PT. Indomarco Prismatama	Jln. S. Brojonegoro	Solok Sipin	Telanapura

Tabel 2
Persebaran Alfamart di Kecamatan Telanaipura.

No	Nama Pemilik	Nama Kantor	Tempat Usaha	Kelurahan	Kecamatan
1	Marla Dolan Sinaga	Pt. Sumber Alfaria TRIJAYA, Tbk (Alfamart)	Jl. Karya Maju Rt.15	Simpang Iv Sipin	Telanaipura
2	Marla Dolan Sinaga	Pt. Sumber Alfaria TRIJAYA, Tbk (Alfamart)	Jl. Dr Siwabessy Rt. 07	Buluran Kenali	Telanaipura
3	Suparno	Pt. Sumber Alfaria TRIJAYA, Tbk (Alfamart)	Jl. Kapten Pattimura Rt. 11	Simpang Iv Sipin	Telanaipura
4	Suparno	Pt. Sumber Alfaria TRIJAYA, Tbk (Alfamart)	Jl. Slamet Riyadi Rt. 09	Legok	Telanaipura
5	Suparno	Pt. Sumber Alfaria TRIJAYA, Tbk (Alfamart)	Jl. Kapten Pattimura Rt. 15	Simpang Iv Sipin	Telanaipura
6	Suparno	Pt. Sumber Alfaria TRIJAYA, Tbk (Alfamart)	Jl. Jendral A. Tholib Rt. 05	Pematang Sulur	Telanaipura

Kemudian jumlah Toko Kelontong yang ada di Kecamatan Telanaipura berjumlah 351 yang tersebar disemua Kelurahan yang ada di KecamatanTelanaipura.

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh minimarket Indomart dan Alfamart terhadap pendapatan pedagang retail

tradisional yaitu pedagang kecil atau toko kelontong. Oleh karena itu, atas dasar tersebut penulis akan melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil atau toko kelontong di Kec. Telanaipura Kota Jambi”.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian dilakukan di Kota Jambi. Objek penelitian ini adalah Pedagang Kecil atau toko kelontong di Kec. Telanaipura Kota Jambi, dimana penelitian ini merupakan penelitian sebab akibat yaitu penelitian yang tujuannya untuk menganalisa pengaruh tiga variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Adapun variabel bebas yang dimaksud dalam Penelitian ini adalah Pengaruh Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret dan Alfamart) sebagai Variabel X, dan Pendapatan Pedagang Kecil atau toko kelontong sebagai Variabel Y yang merupakan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh berkembangnya waralaba Minimarket (Indomaret dan Alfamart) terhadap pendapatan Pedagang Kecil atau Toko Kelontong di Kecamatan Telanaipura kota jambi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh berkembangnya Indomaret dan Alfamart terhadap Pendapatan Pedagang Kecil atau Toko Kelontong tersebut. Dalam penelitian ini, diambil sebanyak 77 toko kelontong sebagai sampel penelitian.

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dalam penelitian sampel, karakteristik Dalam penelitian sampel, karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin. Oleh karena itulah uraian mengenai karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
	Orang	%
Laki-laki	34	44,16
Perempuan	43	55,84
Total	77	100

Berdasarkan jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 43 orang dengan persentase 55,84 %, dan sisanya adalah responden Laki-laki sebanyak 34 orang atau 44,16 %. Jumlah responden Perempuan yang lebih

banyak dibanding responden Laki-laki merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen wanita, namun

demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda.

Daftar responden dan pendapatannya per bulan:

Tabel.2			
No	Nama	Pendapatan/Bulan	
1	Yunita	Rp	12.000.000
2	Nur	Rp	2.000.000
3	Jailani	Rp	12.000.000
4	Zainal	Rp	1.500.000
5	Hasnul	Rp	6.000.000
6	Sari	Rp	9.000.000
7	Amir	Rp	2.000.000
8	Irma	Rp	9.000.000
9	Amrizal	Rp	6.000.000
10	Wak Nur	Rp	3.000.000
11	Khusnul	Rp	9.000.000
12	Aris	Rp	2.000.000
13	Ima	Rp	9.000.000
14	Budi	Rp	3.000.000
15	Bahrhun	Rp	900.000
16	Husein	Rp	9.000.000
17	Ade	Rp	900.000
18	Dewi	Rp	1.500.000
19	Ijum	Rp	3.000.000
20	Ahmad	Rp	7.500.000
21	Joni	Rp	1.350.000
22	Weni	Rp	1.000.000
23	Agus	Rp	3.500.000
24	Nurdiana	Rp	2.700.000
25	Uda Soni	Rp	2.000.000
26	Bu Wen	Rp	2.500.000
27	Amanah	Rp	6.000.000
28	Asmari	Rp	18.000.000
29	Wahyu	Rp	2.500.000
30	Pak Zul	Rp	3.500.000
31	Bu Mita	Rp	12.000.000
32	Rika	Rp	3.000.000
33	Murni	Rp	2.500.000
34	H.Yusuf	Rp	15.000.000
35	Akbar	Rp	3.000.000
36	Bu Sita	Rp	4.500.000
37	Uda	Rp	12.000.000
38	Rehan	Rp	2.000.000
39	Rita	Rp	2.500.000
40	Ririn	Rp	4.500.000
41	Fitria	Rp	700.000
42	Ali	Rp	3.000.000

43	Yamin	Rp	12.000.000
44	Siti Rokhanah	Rp	2.700.000
45	Wanda	Rp	3.000.000
46	Latifa	Rp	4.500.000
47	Eti	Rp	9.000.000
48	Mina	Rp	7.500.000
49	Bu Umy	Rp	5.000.000
50	Asnawati	Rp	1.000.000
51	Sukarlan	Rp	12.000.000
52	Ruslan	Rp	4.500.000
53	Peri	Rp	15.000.000
54	Kartini	Rp	4.000.000
55	Hasan	Rp	9.000.000
56	Aseng	Rp	4.000.000
57	Ibu Diah	Rp	9.000.000
58	Ilyas	Rp	4.500.000
59	Habibullah	Rp	6.000.000
60	Siti	Rp	3.000.000
61	Yahya	Rp	6.000.000
62	Rahman	Rp	4.500.000
63	Diah	Rp	4.500.000
64	Harlita	Rp	1.000.000
65	Razak	Rp	7.500.000
66	Aceng	Rp	12.000.000
67	Siska	Rp	4.000.000
68	Najwa	Rp	4.500.000
69	Zainab	Rp	6.000.000
70	Ahmad	Rp	7.500.000
71	Dodi	Rp	9.000.000
72	Eko	Rp	3.500.000
73	Fajri	Rp	2.500.000
74	Abdullah	Rp	3.000.000
75	Munah	Rp	2.400.000
76	Pak De	Rp	3.000.000
77	Suratman	Rp	2.500.000

Tabel.3 Gambaran Pendapatan Pedagang Kelontong

Rentang (jt)	Kategori	F	Persentase (%)
15 – 20	Sangat Baik	2	2,60 %
10-14	Baik	6	7,79 %
5 – 9	Sedang	19	24,68 %
< 5	Kurang	50	64,94%
Jumlah		77	100 %

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa 77 responden yang diteliti ternyata 2 responden (2,60%) diantaranya berada pada kategori sangat baik, 6 responden (7,79%) berada

pada kategori baik, 19 responden (24,68%) berada pada kategori sedang, dan 50 responden (64,94) berada pada kategori kurang. sehingga dapat disimpulkan pendapatan pedagang kelontong yang berada di kecamatan telanaipura masih tergolong rendah.

Pembahasan Pengaruh Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil atau Toko Kelontong.

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian terlebih dahulu di lakukan pengujian, seperti uji validitas dan juga uji reabilitas agar didapat hasil suatu kesimpulan yang benar dan layak.

Uji Validitas.

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen di katakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang di gunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Hasil pengujian validitas terhadap 12 butir pertanyaan ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel.4 Hasil Uji Validitas menggunakan program Microsof Exel

No Resp	No Item												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	50
2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	48
5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	50
6	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	44
9	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
12	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	51
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	56
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	4	49
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
JMLH	68	67	66	69	69	66	68	69	68	69	72	71	
R_{hitung}	0,52	0,61	0,56	0,65	0,67	0,82	0,65	0,67	0,64	0,61	0,62	0,69	
R_{tabel}	0,5	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	
Ket	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	

Berdasarkan hasil uji validitas seperti terlihat pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 16 item pertanyaan memiliki koefisien validitas lebih dari 0,497 sehingga dapat dinyatakan bahwa 28 item pertanyaan yang digunakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Reliabilitas.

Dari item-item pertanyaan yang dinyatakan valid dalam analisis validitas instrumen,

maka untuk mengukur tingkat keandalan instrumen tersebut, dilakukan uji reliabilitas instrumen.

Tabel.5 Hasil Uji Validitas menggunakan program Microsof Exel

No Resp	No Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	50
2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	48
5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	50
6	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	44
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
12	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	51
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	56
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	49
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Jumlah	68	67	66	69	69	66	68	69	68	69	72	71		
R_{hitung}	0,52	0,61	0,56	0,65	0,67	0,82	0,65	0,67	0,64	0,61	0,62	0,69		
R_{tabel}	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50		
Ket	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid		

K	12
k-1	11
varian total	23,36
varian skor	0,31 0,40 0,48 0,34 0,34 0,48 0,56 0,46 0,44 0,46 0,25 0,25
Jml varian tiap item	4,79
alpha crombach	0,87
Hasil	Reliabel

Jadi Reliabilitas instrumen kreativitas siswa adalah 0,87. Hal ini menunjukkan bahwa angket tersebut reliabel sehingga dapat disimpulkan bahwa angket kreativitas terdapat pada kategori tinggi, dapat dipercaya dan mampu untuk menjadi alat pengumpul data sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Analisi Regresi Linier Sederhana.

Sehingga Regresi Linier Sederhana merupakan analisis mengenai seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap terikat (Y), besar kecilnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat di tunjukkan oleh koefisien regresi, disimbolkan (b). Sehingga semakin

besar koefisien regresi menunjukkan semakin besar pula pengaruhnya terhadap perubahan proporsional variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear sederhana sebagai berikut :

Tabel. 6 Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Linier
Coefficientsa

Model	Unstandardized B	coefficients Std. Error	Unstandardized coefficients Beta	T	sig
1(constant)	3939418.550	2195918.255		1.794	.077
Minimarket	38797.631	57437.188	.078	.675	.501

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3939418.550 + 38797.631 X$$

Keterangan:

Y = Pendapatan Pedagang Kelontong

A = konstanta

B = koefisien regresi

X = Berkembangnya Minimarket

Dalam hasil analisis regresi sederhana pengaruh faktor atau variabel berkembangnya minimarket indomaret dan alfamart adalah positif yang dapat di ambil kesimpulan bahwa:

a = 3939418.550, artinya pada saat tidak ada minimarket atau tidak ada perkembangan maka pendapatan (Y) adalah 3939418.550.

b = 38797.631, artinya pada saat minimarket semakin berkembang maka pendapatan berkurang sebesar 38797.631.

Uji t

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka di dapat hasil uji – t, yang hasilnya dirangkum pada tabel berikut ini :

Tabel.7 Rekapitulasi hasil Uji t Tangible

Model	Unstandardized B	Koefficients Std. Error	Unstandardized koefficients Beta	T	Sig
1(constant)	3939418.550	2195918.255		1.794	.077
Minimarket	38797.631	57437.188	.078	.675	.501

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Responsiveness sebagai berikut :
Hipotesis.

H0 = Berkembangnya waralaba minimarket (Indomart dan Alfamart) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil atau toko kelontong.

Ha = Berkembangnya waralaba minimarket (Indomart dan Alfamart) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil atau toko kelontong.

Tingkat signifikan.

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan tabel 1.10 signifikansi variabel berkembangnya minimarket (indomarret dan Alfamart) sebesar 0,501 artinya variabel berkembangnya minimarket (indomarret dan Alfamart) lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

Menentukan t_{hitung} .

Berdasarkan tabel 10, maka t_{hitung} untuk variabel berkembangnya minimarket (indomarret dan Alfamart) sebesar 1,794.

Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $77-2-1=74$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,99254 (1,993).

Membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel}

Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($1,794 > 1,993$)

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 1.10, kita dapat melihat pengaruh berkembangnya minimarket (indomarret dan Alfamart) dengan memperhatikan nilai T_{hitung} dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 1.10, T_{hitung} untuk variabel berkembangnya minimarket (indomarret dan Alfamart) sebesar 1,794. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan T_{hitung} , maka kita harus membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} . Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} , yakni ($1,794 > 1,993$). Jadi berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa variabel berkembangnya minimarket (indomarret dan Alfamart) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Uji F

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka di dapat hasil uji – F, yang hasilnya dirangkum pada tabel berikut ini :

Tabel.8 Rekapitulasi Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7042878471979.962	1	7042878471979.962	.456	.501b
Residual	1157674134515033.500	75	15435655126867.113		
Total	1164717012987013.500	76			

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

Hipotesis.

H_0 = Berkembangnya waralaba minimarket (Indomart dan Alfamart) secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil atau toko kelontong.

H_a = Berkembangnya waralaba minimarket (Indomart dan Alfamart) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil atau toko

kelontong.

Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0.05 ($\alpha = 5\%$) dan pada tabel 1.11, tingkat signifikansi sebesar 0.501 atau artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 %, $\alpha = 5\%$, df 1 dapat ditentukan dengan persamaan berikut : df 1 = jumlah variabel; artinya df 1 = 2 sedangkan, df 2 = n-k-1; artinya df 2 = 74; (77-2-1) jadi, dapat dilihat pada tabel F pada kolom 2 baris 94 yakni 3,12 atau dapat dicari pada program Ms. Excel dengan cara mengetik pada cell kosong =FINV(0,05;2;74)

Kriteria Pengujian.

H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ (0,456 > 3,12)

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, di mana tingkat signifikan yang diperoleh lebih besar yakni sebesar 0,501 dari standar signifikan yakni 5 % atau 0,05 dan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , di mana F_{hitung} sebesar 0,456 lebih kecil dari F_{tabel} yakni 3,12 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau berkembangnya minimarket (Indomaret dan Alfamart) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Dari ke dua uji (baik uji t maupun uji f) tersebut bahwa variabel X tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel Y, kemudian dari hasil uji SPSS di dapat nilai KD (koefisien determinasi) 0,6.

Artinya adalah variabel X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 6% terhadap variabel Y, sedangkan 94 % di pengaruhi faktor-faktor lain di luar variabel X.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian mengenai pengaruh berkembangnya minimarket (Indomaret dan Alfamart) terhadap pendapatan pedagang kelontong , dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Persamaan regresi yakni berkembangnya minimarket (Indomaret dan Alfamart) berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang kelontong, artinya apabila variabel independen (berkembangnya minimarket) naik, maka mempengaruhi variabel dependen (pendapatan pedagang kelontong). Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 3939418.550 + 38797.631 X$$

Dari ke dua uji (baik uji t maupun uji f) tersebut bahwa variabel X tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel Y, kemudian dari hasil uji SPSS di dapat nilai KD (koefisien determinasi) 0,6. Artinya adalah variabel X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 6% terhadap variabel Y, sedangkan 94 % di pengaruhi faktor-faktor lain di luar variabel X.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan Widjaja.2003. Waralaba. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sadono Sukirno. 2010. Mikro Ekonomi teori pengantar. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Suharsimi Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT RINEKA CIPTA. Hal. 211

Suharto Prawirokusumo. 2010. Kewirausahaan dan Manajemen usaha kecil. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Sugiono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Suparyanto. 2013. Kewirausahaan Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil. Bandung: Alfabeta.

Usman Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2011. Pengantar Statistik. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Undang-undang PP RI No. 112 Tahun 2007

Literatur Lainnya

Jeri Setiawan dkk. 2012. Pengaruh Keberadaan minimarket terhadap kelangsungan hidup pedagang kelontong di Kelurahan Klender, Kec. Duren Sawi, Jakarta Timur,” Jurnal Spatial Wahana Informasi dan Komunikasi, Vol .10. No. 1 (maret 2012). <http://saefuddinmuslimin.blogspot.com/2012/01/pengaruh-persebaran-minimarket.html> di akses 20 April 2021.

Pardiana Wijayanti. 2011. Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung Tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang. 2011).