

## PENGARUH KEBERADAAN ALFAMART KM 12 TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA PELAKU UKM KOTA SORONG

Rikoles.S. Latumahina<sup>1</sup>, Samuel.Y. Warella<sup>2</sup>  
[rikolatumahina51@gmail.com](mailto:rikolatumahina51@gmail.com)<sup>1</sup>, [samuelwarella6@gmail.com](mailto:samuelwarella6@gmail.com)<sup>2</sup>  
Universitas Victory Sorong

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan minimarket Alfamart bagi masyarakat Kota Sorong, dan bagi toko UKM yang berdampingan dengan minimarket Alfamart di km 12, jumlah sampel yang di pakai dalam penelitian ini berjumlah 38 responden dimana responden diambil dari total UKM yang diteliti berdekatan dengan minimarket Alfamart pada km 12 dan bagaimana tingkat penjualan UKM tersebut setelah Alfamart menjadi pesaing bisnisnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif, dimana penelitian ini akan menjelaskan permasalahan dan kondisi UKM terhadap keberadaan minimarket Alfamart yang hadir berdampingan dengan toko UKM km 12 di Kota Sorong. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan koesyoner . Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa keberadaan minimarket Alfamart telah mengakibatkan banyak perubahan yang terjadi terutama perubahan pada tingkat penjualan bagi UKM. Keberadaan minimarket Alfamart menjadi ancaman yang dapat menyebabkan usaha UKM mengalami penurunan omzet bahkan bisa ditutup karena kalah bersaing. Keberadaan minimarket Alfamart membuat UKM harus berjuang lebih keras lagi untuk menyusun strategi segala macam cara agar usahanya tetap lancar dan memperoleh penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

**Kata Kunci:** Keberadaan Alfamart, Tingkat Penjualan.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the impact of the existence of the Alfamart minimarket for the people of Sorong City, and for UKM shops adjacent to the Alfamart minimarket at km 12, the number of samples used in this study was 38 respondents where respondents were taken from the total number of UKM studied adjacent to the Alfamart minimarket at km 12 and what the sales level of these SMEs was after Alfamart became their business competitor. The research method used is quantitative with descriptive methods, where this research will explain the problems and conditions of UKM regarding the existence of the Alfamart minimarket which is present side by side with the UKM shop km 12 in Sorong City. The data collection methods used were observation, interviews and questionnaires. The data collected in this research is primary data and secondary data. The research results reveal that the existence of the Alfamart minimarket has resulted in many changes occurring, especially changes in sales levels for UKM. The existence of the Alfamart minimarket is a threat that can cause UKM businesses to experience a decline in turnover and can even be closed because they are unable to compete. The existence of the Alfamart minimarket makes UKM have to fight even harder to develop strategies for all kinds of ways to keep their business running smoothly and earn income to meet their daily needs*

**Keywords:** Existence of Alfamart, Sales Level.

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Penelitian Miranti (2019) menemukan bahwa keberadaan ritel modern berdampak negatif terhadap omset ramah pembeli, lokasi ritel yang dekat dengan pemukiman penduduk, barang-barang yang lebih lengkap,serta perubahan gaya hidup membuat konsumen lebih tertarik berbelanja diritel modern dibandingkan di ritel

tradisional. Pada satu sisi, hasil kajian Haryotejo (2014) menunjukkan bahwa kontribusi produk nonmigas seperti pasar tradisional dan ritel konvensional (toko, kios atau warung kelontong) terhadap PDRB lebih besar dibandingkan dengan pasar atau ritel modern. Sedangkan pada sisi lain terjadi kondisi sebaliknya, dimana pasar modern (supermarket dan sejenisnya) di wilayah provinsi yang berkarakter urban, berkontribusi lebih besar terhadap penerimaan APBD dibandingkan dengan wilayah kota/kabupaten. Oleh karena itu pasar-pasar tradisional dan ritel-ritel konvensional yang berada di wilayah kota/kabupaten serta pedesaan yang berkarakter rural mempunyai keunggulan non-ekonomi dari perspektif ekonomi makro yaitu penyediaan alternatif kesempatan berusaha, penyediaan lapangan kerja, dan kontribusi output (Hernowo, dkk. 2022)

Perkembangan pesat ritel-ritel modern di wilayah pedesaan merupakan fenomena yang lumrah jika dihubungkan dengan perubahan zaman dan gaya hidup, serta meningkatnya jumlah anggota masyarakat kelas menengah ke atas di Indonesia (Muhammad, dkk. 2022). Meskipun perkembangan dan pertumbuhan usaha ritel modern menguntungkan bagi negara melalui pemasukan pajak bagi pemerintah pusat dan daerah, menambah lapangan kerja baru, dan investasi meningkat, namun kemajuan pesat bisnis ritel modern yang cenderung menggurita harus tetap dikontrol oleh pemerintah, supaya keberadaannya tidak sampai mematikan usaha kecil

Pelaku UKM atau Usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan dan atau badan usaha milik perorangan dimana jumlah kekayaan bersihnya adalah Rp 50.000.000,-, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki omset penjualan per tahun paling banyak berjumlah Rp 300.000.000.

Kota Sorong, sebagai salah satu kota penting di Provinsi Papua Barat, merupakan pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan yang berkembang pesat. Di tengah pertumbuhan ekonomi yang signifikan, sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) memegang peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Pelaku UKM di Kota Sorong, baik yang bergerak di bidang produksi maupun jasa, turut berkontribusi dalam memperkaya ragam produk dan layanan yang tersedia bagi masyarakat.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, keberadaan gerai ritel modern seperti Alfamart di beberapa tempat salah satunya yang berada di KM 12 Kota Sorong telah menjadi sorotan dalam dinamika bisnis lokal. Alfamart, sebagai salah satu waralaba ritel terkemuka di Indonesia, menawarkan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan harga yang kompetitif dan pelayanan yang terjamin. Dengan jaringan gerai yang tersebar luas dan strategi pemasaran yang agresif, Alfamart mampu menarik perhatian konsumen dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan.

Dampak keberadaan Alfamart di KM 12 Kota Sorong memiliki potensi untuk memengaruhi tingkat penjualan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di kota tersebut. Sebagai gerai ritel yang dikenal luas dan memiliki jangkauan yang luas, Alfamart dapat menjadi pesaing yang signifikan bagi pelaku UKM di sekitarnya. Sebagai pesaing yang memiliki skala operasional dan daya beli yang besar, Alfamart dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan usaha pelaku UKM dalam menjaga pangsa pasar dan meningkatkan tingkat penjualan. Persaingan yang makin sengit dalam menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UKM di tengah keberadaan Alfamart yang dominan.

Selain itu, keberadaan Alfamart juga dapat memengaruhi pola belanja konsumen. Konsumen yang sebelumnya membeli produk dari pelaku UKM di sekitar KM 12 Kota Sorong mungkin beralih ke Alfamart karena faktor kenyamanan, harga, atau variasi

produk yang ditawarkan. Hal ini dapat berdampak negatif pada tingkat penjualan pelaku UKM, terutama jika mereka tidak mampu bersaing dalam hal harga, promosi, atau kualitas produk.

Selain sebagai pesaing, keberadaan Alfamart juga membawa potensi kolaborasi dan kemitraan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penetrasi produk mereka. Kerjasama strategis antara pelaku UKM dan Alfamart dapat membuka peluang baru dalam pemasaran, distribusi, dan promosi produk lokal, sehingga memberikan nilai tambah bagi kedua belah pihak.

Analisis dari perspektif realitas yang telah dipaparkan di atas, memunculkan persepsi dan asumsi bahwa keberadaan ritel modern dapat menimbulkan dampak positif dan negatif terhadap ritel-ritel tradisional di sekitarnya. Disamping dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat sebagai konsumen yaitu lengkapnya produk barang yang dijual terutama kebutuhan pokok dan kebutuhan rumah tangga lainnya, dibandingkan dengan ritel tradisional (Saputro, 2021), dampak negatif yang ditimbulkan terhadap masyarakat pelaku ekonomi dari kelompok usaha menengah, kecil, dan mikro dalam wujud berkurang atau menurunnya pendapatan juga cukup signifikan.

Dalam konteks tersebut, studi mengenai pengaruh keberadaan Alfamart di KM 12 terhadap tingkat penjualan pada pelaku UKM di Kota Sorong menjadi relevan dan penting untuk dipahami lebih dalam. Melalui analisis yang komprehensif, diharapkan dapat terungkap dinamika pasar lokal, strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan, serta peluang kolaborasi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha pelaku UKM di Kota Sorong.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh keberadaan Alfamart di KM 12 terhadap tingkat penjualan pada pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Sorong. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang holistik mengenai dampak keberadaan Alfamart terhadap pelaku UKM di kota tersebut.

Lokasi penelitian ini berada di Provinsi Papua Barat Daya, tepatnya di Kota Sorong Km 12 dengan judul penelitian “Pengaruh Keberadaan Alfamart km 12 terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku UKM Kota Sorong”.

### **Metode Penelitian:**

Desain Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian observasional yang melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer akan diperoleh melalui survei langsung kepada pelaku UKM yang beroperasi di sekitar KM 12 Kota Sorong, sedangkan data sekunder akan diperoleh dari literatur terkait, data statistik, dan informasi terkait lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM yang beroperasi di sekitar KM 12 Kota Sorong. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Sampling Insidental. “Sampel Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data” (Sugiyono, 2014:126).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner survei yang dirancang khusus untuk mengukur persepsi dan pengalaman pelaku UKM terkait dengan keberadaan Alfamart dan tingkat penjualan mereka. “Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti” (Sugiyono, 2014 :192). Selain itu,

wawancara mendalam juga akan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak keberadaan Alfamart dari sudut pandang pelaku UKM. “Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut” (Siregar, 2014: 42)

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial, seperti regresi linear, uji t, dan analisis faktor. Analisis kualitatif juga akan dilakukan untuk menggali insight dan temuan yang lebih mendalam dari wawancara mendalam.

Peneliti akan memastikan kepatuhan terhadap etika penelitian, termasuk kerahasiaan data responden, informed consent, dan penggunaan data secara etis. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti keterbatasan waktu dan sumber daya, serta kendala aksesibilitas data sekunder yang mungkin mempengaruhi kedalaman analisis.

Dengan menggunakan pendekatan yang komprehensif dan metode penelitian yang terstruktur, diharapkan studi ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh keberadaan Alfamart di KM 12 terhadap tingkat penjualan pada pelaku UKM di Kota Sorong serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk pengembangan bisnis dan strategi pemasaran bagi pelaku UKM di masa depan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari perhitungan dan hasil uji SPSS maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 1. karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

keterangan	frekuensi	persentase
laki-laki	17	44,73%
perempuan	21	55,26%
total	38	100%

Bedasarkan tabel responden jenis kelamin diatas, dapat disimpulkan terdapat 38 responden yang menjadi subjek penelitian ini dari jumlh tersebut,17 responden sekitar (44,73%) adalah laki-laki dan 21 responden sekitar (55,26%) adalah perempuan.

Tabel 2. karakteristik responden berdasarkan usia

keterangan	frekuensi	persentase
<15	1	2,63%
16-20	9	23,68%
21-24	17	44,73%
>25	11	28,94%
total	38	100%

Bedasarkan tabel responden usia diatas, dapat disimpulkan bahwa usia responden menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka berada dalam rentan 21-24 tahun sekitar 44,73% sedangkan 2,63% adalah usia yang berada di bawa 15 tahun, dari data diatas menunjukkan bahwa usia 21-24 tahun lebih sering berbelanja dibandingkan usia dibawah 15 tahun.

Tabel 3. karakteristik responden berdasarkan penghasilan

keterangan	frekuensi	persentase
<1.000.000	9	23,68%
1.000.000-1.500.000	9	23,68%
1.500-2.500.000	10	26,31%
>2.500.000	10	26,31%
Total	38	100%

Berdasarkan tabel responden penghasilan diatas bahwa responden yang memiliki gaji diatas 1.500.000 atau sekitar 26,31% lebih tinggi dikit dibandingkan yang memperoleh gaji dibawa 1.500.000 sekitar 23,68%

### UJI VALIDITAS

#### UJI VALIDITAS VARIABEL X (KEBERADAAN ALFAMART)

ITEM PERNYATAAN	R-HITUNG	SIGNIFIKAN	KETERANGAN
1	0,809	0,000	valid
2	0,821	0,000	valid
3	0,794	0,000	valid
4	0,844	0,000	valid
5	0,748	0,000	valid

Keterangan

- Jika signifikan <0,05 maka hasilnya valid
- Jika signifikan >0,05 maka hasilnya tidak valid

Berdasarkan hasil uji validasi variabel X (keberadaan alfamart) diatas maka disimpulkan bahwa pernyataan 1,2,3,4,5 dikatakan valid karena nilai signifikansinya 0,000 <0,05 tetapi jika data signifikan diatas >0,05 maka data tersebut dikatakan tidak valid

#### UJI VALIDITAS VARIABEL Y (TINGKAT PENJUALAN)

ITEM PERNYATAAN	R-HITUNG	SIGNIFIKAN	KETERANGAN
1	0,810	0,000	valid
2	0,911	0,000	valid
3	0,785	0,000	valid

Keterangan

- Jika signifikan <0,05 maka hasilnya valid
- Jika signifikan >0,05 maka hasilnya tidak valid

Berdasarkan hasil uji validasi variabel Y (tingkat penjualan) diatas maka disimpulkan bahwa pernyataan 1,2,3 dikatakan valid karena nilai signifikansinya 0,000 <0,05 tetapi jika data signifikan diatas >0,05 maka data tersebut dikatakan tidak valid

**UJI RELIABILITAS  
VARIABEL X DAN Y**

VARIABEL	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha disarankan	keterangan
Variabel x (keberadaan)	0,861	0,60	Reliabel
Variabel y (tingkat penjualan)	0,784	0,60	Reliabel

Keterangan

- Jika signifikan <0,60 hasilnya tidak reliabel
- Jika signifikan >0,60 hasilnya reliabel

Berdasarkan tabel dan data dari uji reliabilitas X (keberadaan alfamart) dan Y (tingkat penjualan) maka disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut reliabel karna cronbach's alpha kedua variabel tersebut diatas 0,60 yaitu untuk variabel X (0,861) diatas 0,60 reliabel dan untuk variabel Y (0,784) diatas 0,60

**ANALISIS REGRESIF LINIER SEDERHANA**

Menurut sugiono (2018;148) mengatakan bahwa regresif sederhana adalah didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dan satu variabel dependent rumus regresi linier sederhana yaitu

$$Y = a + bX$$

Y ; nilai yang diprediksi

a : constanta

b : koefisien regresi

X : nilai variabel independen

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
	B	Std. Error	
(Constant)	2.446	.903	
Keberadaan Alfamart	.466	.055	.816

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Dari tabel regresi linier sederhana diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,446 + 0,466 X$$

Keterangan : X= keberadaan Alfamart

Y= Tingkat penjualan

Interprestasi dari model regresi diatas menunjukkan bahwa koefisien keberadaa Alfamart(X) sebesar 0,446 menunjukkan bahwa variabel keberadaan Alfamart memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel Tingkat Penjualan (Y)

### UJI PARSIAL (T)

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.710	.010
	Keberadaan Alfamart	8.459	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Hasil pada tabel diatas menunjukan bahwa variabel X (Keberadaan alfamart) memiliki pengaruh yang sangat signifikan kepada Y (Tingkat penjualan) lebih kecil dari 0,005 yaitu 0,000

### DETERMINAN KOEFISIEN (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.816 <sup>a</sup>	.665	.656	1.59275	.665

a. Predictors: (Constant), Keberadaan Alfamart

b. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Bedasarkan data tabel uji model summary nilai R square sebesar 0,665 atau 66,5% hasil ini menunjukan bahwa 66,5% pada kedua variabel X (keberadaan alfamart) dan Y (tingkat penjualan) sedangkan selisinya sebesar 33,5% (100%-66,5%) dijelaskan oleh variabel lainya pada penelitian ini.

### KESIMPULAN

Bedasarkan data hasil penelitian tentang Pengaruh Keberadaan Alfamart km 12 terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku UKM Kota Sorong maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan Alfamart berpengaruh negatif dan adapun dampak positif terhadap UKM

#### Dampak negatif keberadaan Alfamart

1. Keberadaan Minimarket Alfamart yang berdampingan dengan UKM Kota Sorong berpengaruh negatif terhadap omset dan pegghasilan pada UKM.
2. Keberadaan alfamart yang terus berkembang juga berdampak negatif terhadap pola belanja konsumen, yang awalnya berbelanja di UKM sekarang beralih ke alfamart karena letak alfamart yang bedekatan dan fasilitas yang memadai bahkan harga yang terjangkau sehingga dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada UKM sehingga Alfamart menjadi pesaing utama UKM tepatnya di Kota Sorong Papua Barat Daya

#### Dampak positif keberadaan Alfamart

1. Dalam penelitian diatas Selain sebagai pesaing, keberadaan Alfamart juga membawa potensi kolaborasi dan kemitraan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penetrasi produk mereka. Kerjasama strategis antara pelaku UKM dan Alfamart dapat membuka peluang baru dalam pemasaran, distribusi, dan promosi produk lokal, sehingga memberikan nilai tambah bagi kedua belah pihak.

## Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pelaku UKM Kota Sorong adalah dengan berbagai cara yaitu diantaranya adalah

1. Untuk mengatasi dampak negatif keberadaan Alfamart tersebut maka UKM dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan nilai tambah produk atau layanan yang mereka tawarkan. Misalnya, menyediakan produk-produk unik atau kualitas premium yang tidak tersedia di Alfamart.
2. Menggunakan strategi pemasaran yang cerdas dan efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan. Ini bisa mencakup pemasaran digital, promosi lokal, atau kerja sama dengan komunitas setempat.
3. Melakukan penyesuaian harga yang bijak dan strategis untuk tetap bersaing dengan Alfamart tanpa mengorbankan keuntungan yang signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, P., & Hardiansyah, M. A. (2022). Dampak Keberadaan Minimarket Alfamart Bagi Warung Tradisional. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 13(2), 295-30
- Ginting, S. Y. B. (2018). Keberadaan Mini Market Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Swarnabhumi: Jurnal Geografi dan Pembelajaran Geografi*, 3(1), 67-75.
- Haerani, H. (2020). Dampak minimarket terhadap usaha kecil menengah di Desa Batunyal (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Miranti, M. (2019). Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omset Pedagang Warung Kelontong Di Jalan Manuruki Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Rahmania, R., Nababan, B. O., Adyas, D., & Subagyo, W. H. (2022). DAMPAK EKONOMI KEBERADAAN MINIMARKET (ALFAMART) TERHADAP USAHA WARUNG KELONTONG (STUDI KASUS DI KELURAHAN HARAPAN JAYA CIKARET). *JURISMATA*, 4(2), 133-144.
- Sandi, S. P. H., & Maemunah, M. (2020). Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kabupaten Karawang. *Buana Ilmu*
- Tohri, A., Mastur, M., Habibuddin, H., Syamsiar, H., & Parhanuddin, L. (2023). Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*
- Warella, S. Y. (2020). Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebagai Solusi Dalam Meningkatkan Perkembangan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Distrik Aimas Kabupaten Sorong). *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 17-30.