

Pengaruh Alfamart Terhadap Usaha Mikro Di Pasar Daya Makassar

Indah Ramadhani Amir¹

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, STIE-LPI Makassar, Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mengetahui pengaruh keberadaan Alfamart (kenyamanan, jarak dan harga) secara parsial dan simultan terhadap keuntungan usaha mikro di pasar daya Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan Variabel dependen pada penelitian ini adalah keberadaan alfmart di pasar Daya Makassar dan variabel independen adalah Usaha Mikro dan Tingkat pendapatan Usaha Mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh keberadaan alfamart (kenyamanan, jarak dan harga secara parsial terhadap keuntungan usaha mikro pada Di Pasar Daya Makassar, dengan nilai thitung $10,089 > t$ tabel $2,021$., nilai thitung $3,638 > t$ tabel $2,021$., dan nilai thitung $3,020 > t$ tabel $2,021$.. Dari hasil uji F atau pengujian secara simultan menunjukkan bahwa Fhitung sebesar $288,389$, lebih besar dari F tabel = $2,86$. Hasil analisa menunjukkan bahwa variabel bebas/independen (X) faktor kenyamanan, jarak dan harga secara simultan signifikan berpengaruh terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar $93,7\%$ sedangkan sisanya $6,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dari penelitian juga diperoleh jawaban bahwa diantara kenyamanan, jarak dan harga, maka kenyamanan (X1) merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar.

Kata Kunci: kenyamanan, jarak, harga, keuntungan, usaha mikro

Abstract

The purpose of this study was to determine how to determine the effect of Alfamart's presence (convenience, distance and price) partially and simultaneously on micro business profits in Makassar's Daya market. The research method used is quantitative and the dependent variable in this study is the presence of alfmart in Makassar Daya market and the independent variable is Micro Business and Micro Business income level. The results showed that there was an effect of the existence of alfamart (convenience, distance and price partially on microbusiness profits at Makassar Daya Market, with a tcount value of $10.089 > t$ table 2.021 ., tcount value $3.638 > t$ table 2.021 ., and tcount value $3.020 > t$ table 2.021 . From the results of the F test or simultaneous testing, it shows that the Fcount is 288.389 , greater than the F table = 2.86 . The results of the analysis show that the independent variables (X) factors of convenience, distance and price simultaneously significantly affect the profits of micro businesses in Makassar Daya Market by 93.7% while the remaining 6.3% is influenced by other variables not included in this study. From the research also obtained the answer that among convenience, distance and price, then convenience (X1) is the most dominant factor affecting the profit of micro businesses in Makassar Daya Market.

Keywords: convenience, distance, price, profit, micro business

Pendahuluan

Perkembangan kegiatan ritel modern di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat pada dekade tahun ini. Besarnya kegiatan ritel baik yang skala besar maupun skala kecil mulai mudah

*Penulis Koresponden: Indah Ramadhani Amir (indahramadhani9393@gmail.com)

Artikel Masuk: 01 April 2023, Revisi: 07 April 2023, Diterima: 16 April 2023, Publish: 27 April 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

dijumpai di setiap penjuru kota, baik di kawasan tengah kota maupun di pinggiran kota besar di Indonesia. Berkembangnya retail ini tentu saja tak lepas dari pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan juga mempengaruhi adanya pembangunan ekonomi di daerah tersebut. Salah satu ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah Alfamart dengan konsep waralaba atau franchise. Tumbuh pesatnya Alfamart ke wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi warung tradisional yang telah ada di wilayah tersebut. Kehadiran Alfamart telah menuntut usaha warung kecil untuk dapat meningkatkan pelayanan dan membenahi fasilitas pada warungnya untuk pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan preferensi konsumen, untuk lebih memilih berbelanja di Alfamart dari pada berbelanja di warung. Hingga saat ini belum terdapat kebijakan yang mengatur secara detail mengenai perkembangan dan juga zonasi Alfamart di Makassar.

Sebagaimana kita ketahui bahwa persaingan bisnis merupakan konsekuensi dari pada para pelaku usaha, tidak terkecuali perdagangan ritel di Indonesia. Persaingan bisnis ritel ini membelah menjadi dua blok, yang pertama blok ritel tradisional yang secara langsung diwakili oleh toko kelontong serta yang kedua adalah ritel modern yang diwakili oleh Alfamart.

Alfamart sebenarnya adalah semacam “toko kelontong” atau menjual macam barang makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, Alfamart menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir ditambah lagi minimarket jam bukanya hingga 24 jam.

Selain itu Alfamart juga menawarkan kenyamanan belanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga. Berbeda dengan toko kelontong yang kebanyakan masih bersifat tradisional dan konvensional, dimana pembeli tidak bisa mengambil barangnya sendiri, karena rak toko yang belum modern dan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli.

Tinjauan Pustaka

1. Teori Pasar

Pasar merupakan suatu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dengan penawaran (penjual) pada setiap jenis barang, jasa ataupun sumber daya. Pembeli merupakan konsumen yang membutuhkan barang atau jasa, atau bagi suatu industri membutuhkan tenaga kerja, modal serta barang baku untuk produksi. Sedangkan penjual merupakan industri yang menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta atau yang diinginkan oleh pembeli.

Terdapat dua unsur utama yang menentukan struktur pasar, yakni jumlah pembeli dan juga penjual di pasar, dan tingkat kebakuan produk. Sebaliknya faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh: a) Karakteristik produk. Jika produk-produk lain merupakan produk pengganti yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar semakin ketat. b) Fungsi produk. Industri-industri yang fungsi produksinya menunjukkan keadaan increasing return scale yang outputnya relatif besar dibandingkan dengan permintaan totalnya biasanya jumlah produsennya yang lebih sedikit sehingga tingkat persaingan lebih ringan daripada di dalam industri-industri yang fungsi produksinya constant atau decreasing return to scale yang masuk ke pasar dengan tingkat output yang relatif kecil dibandingkan dengan permintaan total. c) Pengaruh pembeli. Jika hanya ada sedikit pembeli, maka tingkat persaingan lebih rendah daripada jika pembelinya banyak.

2. Teori Usaha Mikro

Usaha mikro menurut para ahli atau pihak yang langsung berhubungan dengan usaha mikro, antara lain : Definisi Usaha Mikro secara tidak langsung sudah termasuk dalam definisi Usaha Kecil berdasarkan UU No.9 tahun 1995, namun secara spesifik didefinisikan sebagai berikut : Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan tahunan bisnis tersebut paling banyak Rp 100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi usaha mikro yaitu berdasarkan pada kuantitas tenaga kerja. Dari beberapa pendapat diatas, pengertian usaha mikro dapat dilihat dari berbagai aspek, baik dari segi kekayaan yang dimiliki oleh pelaku usaha, jumlah tenaga kerja yang dimiliki atau dari segi penjualan atau omset yang diperoleh oleh pelaku usaha mikro (M. Kwartono Adi, 2017).

3. Pasar Tradisional

Pepres No. 112 Tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional terdapat di setiap daerah, tidak memandang itu daerah perkotaan maupun daerah pedesaan. Pasar tradisional menjual berbagai macam kebutuhan, mulai dari makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, elektronik, dan lain sebagainya. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

4. Teori Keberlanjutan Usaha

Pengusaha tentu menginginkan usaha yang dijalankan berkembang dan berkelanjutan. Keberadaan usaha akan bermanfaat jika lingkungan usaha mampu menerima keberadaan usaha. Keberlanjutan sendiri diartikan usaha yang dijalankan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang. Beberapa usaha dapat ditemui memiliki keberlanjutan usaha sampai turun temurun. Kepemimpinan yang diturunkan oleh pemilik pertama kepada turunannya, membuat keberlanjutan usaha akan tetap berjalan. Nilai jangka panjang tersebut dapat ditingkatkan dengan konsisten dan stabil dalam performa bisnis yang dapat mengimplementasikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan (Trimagnus, 2019).

Metode

Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional yaitu Pasar Daya Makassar yang menjangkau seluruh pengusaha mikro dalam bentuk warung kelontong. Penelitian ini mengambil data primer melalui dua Langkah yaitu observasi dan wawancara kepada pengusaha mikro tersebut dan penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu lima bulan terhitung sejak Mei sampai September 2022.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena pengumpulan dan pengolahan data berbentuk angka, dengan studi kausal yang merupakan penelitian yang bersifat sebab akibat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode survey. Survey dilakukan terhadap seluruh pengusaha mikro dalam bentuk usaha warung kelontong di pasar tradisional yaitu Pasar Daya Makassar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2012:199) kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Setiap pilihan jawaban dari responden akan diberi skor seperti pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Skor Untuk Jawaban Kuesioner

Pilihan Jawaban	Skor Yang Diberikan
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012:133)

Teknik Analisis Data a. Pengukuran Variabel 1) Pengumpulan data pokok dilakukan dengan pemberian kuesioner kepada responden. 2) Kuesioner-kuesioner yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah :

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2010). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, seperti mengutip dari buku-buku, literatur, bacaan ilmiah, dan sebagainya yang mempunyai relevansi dengan tema penulisan (Sutrisno Hadi, 2010).

Sebanyak 40 responden yang ada di pasar daya Makassar dijadikan responden. Kemudian teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Proportional sampling. Proportional sampling adalah teknik sampling yang memperhatikan proporsi (perbandingan) sesuai dengan proporsi.

Variabel dalam penelitian ini antara lain : 1) Variabel dependen (variabel terpengaruh) adalah variabel yang nilainya bergantung pada nilai variabel lain yang merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas. (Marzuki, 2015). Variabel dependen pada penelitian ini adalah keberadaan alfarm di pasar Daya Makassar. 2) Variabel independen adalah variabel yang nilainya berpengaruh terhadap variabel lain. Yang menjadi variabel independen adalah: a) Usaha Micro b) Tingkat pendapatan Usaha Micro

Uji validitas Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus korelasi product moment (Sugiyono,2012). Uji validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian, benar-benar dapat mengungkapkan variabel yang diteliti yaitu dengan cara tiap item pertanyaan dikorelasikan dengan total skornya.

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

r = koefisien korelasi product moment X dan Y

X = Jumlah nilai item (skor pertanyaan tiap item)

Y = Total nilai item (skor tetap)

n = Banyaknya item

Dengan level of significant 95%, maka :

Jika r hitung > r tabel, berarti item tersebut dikatakan valid.

Jika r ≤ hitung rtabel, berarti item tersebut dikatakan tidak valid.

Uji reliabilitas Untuk menguji reliabilitas kuesioner atau pertanyaan digunakan rumus Alpha Cronbach (Sugiyono,2012). Pengujian realibilitas instrumen dapat dilakukan dengan menggunakan cronbach's alpha dengan rumus:

$$r_{11} \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum Sb^2}{St^2} \right]$$

Dimana:

R11 = Realibilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

ΣSb² = Jumlah deviasi standar butir

St² = Deviasi standar total

Syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat adalah kalau koefisien cronbach's alpha yang didapat 0,6. Jika koefisien yang didapat kurang dari 0,6 maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Uji Normalitas Syarat dari analisis regresi yang valid diantaranya adalah distribusi data harus normal. Sehingga dapat dikatakan bahwa tujuan uji normalitas ini untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, sedangkan cara pengambilan keputusan atau kesimpulan pada penelitian ini dapat dilakukan dengan analisis tabel kolmogorov-smirnov untuk mengetahui signifikansi variabel data dengan syarat suatu data dikatakan normal jika sig. > 0,05, dikatakan berdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multi kolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (variance inflation factor) dan tolerance-nya.

Uji hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda, mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Untuk mendapatkan estimator yang terbaik, penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas, yaitu kenyamanan (X1), jarak (X2), dan harga (X3) terhadap variabel terikat yaitu keuntungan usaha (Y). adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keuntungan Usaha
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄	= Koefisien regresi
X ₁	= kenyamanan
X ₂	= jarak
X ₃	= harga
e	= Error of term

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 40 orang responden usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebagaimana dimaksud dalam metode penelitian, maka diperoleh beberapa karakteristik-karakteristik secara umum yaitu bahwa dari 40 orang responden tersebut sebagian besar adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 28 orang atau 58,33 persen dan sisanya sebanyak 12 orang atau sekitar 41,67 persen yang berjenis kelamin perempuan. Untuk lebih jelasnya perbedaan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin tersebut dapat dilihat sebagaimana tabel berikut :

Tabel 2. Sebaran responden menurut jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	28	58,33
2.	Perempuan	12	41,67
Total		40	100,00

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel berikut ini akan memperlihatkan sebaran responden menurut kelompok umur yang ada pada usaha mikro di Pasar Daya Makassar.

Tabel 3. Sebaran responden menurut kelompok umur

No	Kelompok Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 35	5	12,50
2.	35 - 40	8	20,00
3.	41 - 45	9	22,50
4.	46 - 50	12	30,00
5.	> 50	6	15,00
Total		40	100,00

Sumber : Data Diolah, 2022

Dari tabel tersebut di atas terlihat bahwa kelompok umur yang terbanyak adalah antara umur 46 - 50 tahun dengan jumlah 12 orang responden atau sekitar 30,00 persen, sedangkan kelompok umur yang paling sedikit jumlahnya yaitu antara umur dibawah 35 tahun yang hanya berjumlah 5 orang atau 12,50 persen saja. Adapun dari pengelompokan responden menurut umur maka umur termuda adalah 24 tahun dan umur tertua adalah 55 tahun.

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut, formulasi koefisien yang digunakan adalah Pearson Product Moment Test dengan program SPSS 10.0.

Tabel 4. Hasil uji item variable

Variabel	Item	Korelasi Item Total	R Kritis	Keterangan
Keuntungan usaha mikro (Y)	1	0,531	0,3	Valid
	2	0,552	0,3	Valid
	3	0,373	0,3	Valid
	4	0,449	0,3	Valid
	5	0,428	0,3	Valid
Variabel kenyamanan (X ₁)	1	0,452	0,3	Valid
	2	0,421	0,3	Valid
	3	0,409	0,3	Valid

	4	0,421	0,3	Valid
	5	0,452	0,3	Valid
Variabel jarak (X2)	1	0,349	0,3	Valid
	2	0,341	0,3	Valid
	3	0,508	0,3	Valid
Variabel harga (X3)	1	0,546	0,3	Valid
	2	0,401	0,3	Valid
	3	0,41	0,3	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5 :Hasil perhitungan regresi

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.680	.159		-4.267	.000		
X1	.853	.085	.736	10.089	.000	.153	6.555
X2	.090	.141	.095	3.638	.000	.036	2.485
X3	.001	.067	.002	3.020	.000	.109	9.154

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil print out SPSS diperoleh koefisien dalam perhitungan regresi di atas, maka persamaan regresinya menjadi :

$$Y = -0,680 + 0,853X1 + 0,090X2 + 0,001X3$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut : Formulasi regresi linear berganda di atas diperoleh nilai konstanta sebesar -0,680 mempunyai pengertian bahwa jika skor meliputi kenyamanan, jarak dan harga nilainya tetap/konstan maka peningkatan keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar mempunyai nilai sebesar -0,680.

Nilai koefisien regresi kenyamanan (X1) sebesar 0,853 berarti ada pengaruh positif kenyamanan terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 0,853 sehingga apabila skor kenyamanan naik 1 poin maka akan diikuti dengan kenaikan skor keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 0,853 poin.

Nilai koefisien regresi jarak (X2) sebesar 0,090 berarti ada pengaruh positif jarak terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 0,090 sehingga apabila skor jarak naik 1 poin maka akan diikuti dengan kenaikan skor keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 0,090 poin.

Nilai koefisien regresi harga (X3) sebesar 0,001 berarti ada pengaruh positif harga terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 0,001 sehingga apabila skor harga naik 1 poin maka akan diikuti dengan kenaikan skor keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 0,001 poin.

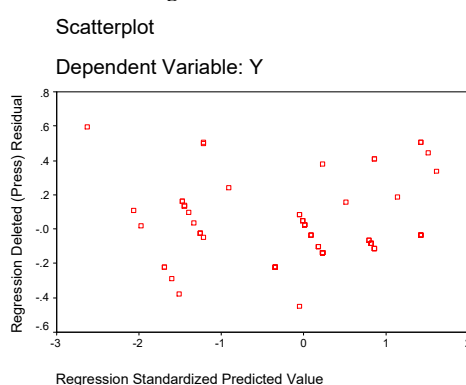
Uji asumsi klasik dari persamaan regresi linear berganda di atas dibuktikan dengan menguji. Uji multikolinearitas berfungsi untuk mendeteksi ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas dengan menggunakan besaran nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang diolah menggunakan alat bantu program analisa data SPSS ver. 15 dimana nilai VIF dari masing-masing variabel bebas mempunyai nilai diantara 1 (satu) sampai dengan 10 (sepuluh).

Tabel 6. Hasil uji multikolinearitas
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.680	.159		-4.267	.000		
X1	.853	.085	.736	10.089	.000	.153	6.555
X2	.090	.141	.095	3.638	.000	.036	2.485
X3	.001	.067	.002	3.020	.000	.109	9.154

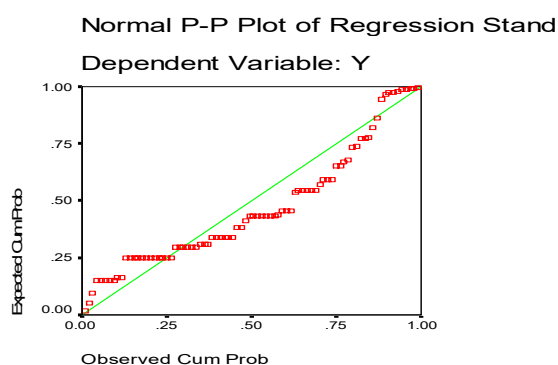
a. Dependent Variable: Y

Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu mempunyai varians yang sama atau tidak. Suatu persamaan regresi dikatakan mempunyai heterokedastisitas apabila dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS ver. 15 tidak menggambarkan suatu pola yang sama dan membentuk suatu garis lurus atau bisa dikatakan bersifat homokedastik. Dalam penelitian ini gambar grafik scatter plot dapat ditampilkan dalam gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Grafik Scatter Plot
Sumber : Data Diolah, 2022

Normalitas Untuk mengetahui hasil perhitungan bersifat normalitas dapat dilakukan dengan melihat gambar histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dalam penelitian ini terlihat bahwa untuk pengujian normalitas menunjukkan sifat normal dengan ditampilkannya diagram probability plot yang membentuk pola garis lurus seperti yang terlihat dalam Gambar 2 berikut ini :



Gambar 2. Garis Lurus
Sumber : Data Diolah, 2022

Pengujian Hipotesis Untuk menguji hipotesis yang berkembang saat ini maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa pengujian, yaitu : Uji t (Pengujian secara parsial) Uji F (Pengujian secara simultan) Uji Beta (Pengujian secara dominan)

Dengan dibantu menggunakan program analisa pengolahan data SPSS Ver. 15., yang dapat diuraikan dan dijelaskan sebagai berikut :

Pengujian Secara Parsial (Uji-t) Untuk menguji variabel secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat digunakan uji t. Ini dapat dilihat dalam hasil analisa pengolahan data SPSS ver. 15 yang tertuang dalam Tabel 4.13 berikut :

Tabel 7. Hasil uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.680	.159		-4.267	.000		
	X1	.853	.085	.736	10.089	.000	.153	6.555
	X2	.090	.141	.095	3.638	.000	.036	2.485
	X3	.001	.067	.002	3.020	.000	.109	9.154

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2022

Adapun hasil uji t masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut : Dari uraian uji t dengan menggunakan program analisa data SPSS ver. 15 maka diketahui bahwa ketiga variabel bebas/independen (X) signifikan berpengaruh terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar dengan ringkasan sebagai berikut : Variabel kenyamanan (X1) dengan nilai thitung 10,089 > t tabel 2,021 Variabel jarak (X2) dengan nilai thitung 3,638 > t tabel 2,021 Variabel harga (X3) dengan nilai thitung 3,020 > t tabel 2,021

Pengujian Secara Simultan (Uji-F) Uji F berfungsi untuk menguji variabel kenyamanan, jarak dan harga, apakah dari ketiga variabel yang diteliti mempengaruhi secara simultan terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar. Analisa dilakukan dengan menggunakan alat bantu program pengolahan data SPSS ver. 15 yang dapat dijelaskan dalam Tabel 4.14. berikut :

Tabel 8. Hasil uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.831	3	11.458	288.389	.000 ^a
	Residual	3.059	36	.040		
	Total	48.890	39			

a. Predictors: (Constant), X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS ver. 15 yang dituangkan dalam tabel di atas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut :

Merumuskan Hipotesis

H0 : $b_i = 0$, artinya variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Ha : $b_i \neq 0$, variabel independen (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Menghitung nilai Fhitung Berdasarkan hasil analisa data SPSS diketahui Fhitung sebesar 288,389 dengan signifikan 0,000. Menentukan kriteria penerimaan Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah = 0,05 atau dengan interval keyakinan sebesar 95% dengan df (n-k-1) = 36 dan ditentukan nilai Ftabel = 2,86.

Membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel Oleh karena nilai Fhitung sebesar 288,389, berarti variabel bebas/independen (X) yang meliputi kenyamanan, jarak dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar bisa dikatakan signifikan karena dari pengujian menunjukkan bahwa hasil Fhitung = 288,389 lebih besar dari F tabel = 2,86 atau bisa dikatakan Ho ditolak dan Ha diterima.

Pengujian Secara Dominan (Uji Beta) Uji beta yaitu untuk menguji variabel-variabel bebas/independen (X) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat/independen (Y) dengan menunjukkan variabel yang mempunyai koefisien beta standardized

tertinggi. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS maka dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 9. Hasil uji beta
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.680	.159		-4.267	.000		
X1	.853	.085	.736	10.089	.000	.153	6.555
X2	.090	.141	.095	3.638	.000	.036	2.485
X3	.001	.067	.002	3.020	.000	.109	9.154

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil nilai beta standardized diketahui bahwa variabel-variabel yang meliputi kenyamanan, jarak dan harga maka yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar adalah variabel kenyamanan (X1).

Pembahasan

Pasar merupakan suatu tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dengan penawaran (penjual) pada setiap jenis barang, jasa ataupun sumber daya. Pembeli merupakan konsumen yang membutuhkan barang atau jasa, atau bagi suatu industri membutuhkan tenaga kerja, modal serta barang baku untuk produksi. Sedangkan penjual merupakan industri yang menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta atau yang diinginkan oleh pembeli.

Adiwarman Karim (2017) Seorang pekerja menjual tenaga dan juga keahlian yang dimilikinya, pemilik lahan menjual ataupun menyewakan aset yang mereka miliki, sedangkan sebagai pemilik modal mereka menawarkan kerjasama atau pembagian keuntungan dari bisnis yang mereka lakukan. Secara umum semua orang memiliki peran ganda yakni sebagai penjual dan juga pembeli. Pengunjung pasar terdiri dari pelanggan yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta mau dan mampu dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tersebut. Sebuah pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dengan pembeli untuk saling bertukar barang maupun jasa.

Pengusaha tentu menginginkan usaha yang dijalankan berkembang dan berkelanjutan. Keberadaan usaha akan bermanfaat jika lingkungan usaha mampu menerima keberadaan usaha. Keberlanjutan sendiri diartikan usaha yang dijalankan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang. Beberapa usaha dapat ditemui memiliki keberlanjutan usaha sampai turun temurun. Kepemimpinan yang diturunkan oleh pemilik pertama kepada turunannya, membuat keberlanjutan usaha akan tetap berjalan. Nilai jangka panjang tersebut dapat ditingkatkan dengan konsisten dan stabil dalam performa bisnis yang dapat mengimplementasikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan (Trimagnus, 2019).

Persaingan Alfamart di Kota Makassar saat ini makin ketat, bayangkan disetiap kecamatan di Makassar menjamur Alfamart. Sementara disisi lain, warung-warung dan toko klontong tradisional makin terpuruk bahkan menghilang ditinggalkan pembelinya. Banyak pendapat yang menyimpulkan bahwa toko kelontong berguguran karena faktor modal, miskin manajemen, barang kurang lengkap, harga tidak bersaing, toko kumuh dan lain-lain. Untuk menghadapi persaingan Alfamart diperlukan langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh pedagang klontong. Berdasarkan hasil kuesioneri dan wawancara dengan beberapa pedagang kelontong, diketahui ada beberapa pedagang yang akan menambah produk yang ditawarkan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pedagang klontong bernama Dg. Sangkala (49) yang dilakukan pada hari Senin, tanggal 19 September 2022 yang menyatakan bahwa : "Bila ada modal, saya akan menambah jenis produk pada toko saya sehingga item produk di toko saya lebih bervariasi. Dan saya akan menambahkan pertamini di toko. Selain itu saya akan memberikan pelayanan hantaran pembelian dengan kuantitas tertentu." Pernyataan yang hampir sama juga diutarakan oleh pedagang kelontong lainnya yang bernama Maniar (57), dari hasil wawancara pada hari Senin, 19 September 2017 sebagai berikut : "Saya akan mencari pemasok barang dengan harga yang murah sehingga saya dapat membeli barang dalam jumlah banyak dan bervariasi. Dan saya

akan menetapkan harga yang hampir sama dengan pihak Alfamart. Selain itu saya akan meningkatkan pelayanan pada pelanggan dan mengatur tata ruang dan produk sehingga tersusun rapi dan menarik”

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1. Terdapat pengaruh keberadaan alfamart (kenyamanan, jarak dan harga secara parsial terhadap keuntungan usaha mikro pada Di Pasar Daya Makassar, dengan nilai thitung 10,089 > t tabel 2,021., nilai thitung 3,638 > t tabel 2,021., dan nilai thitung 3,020 > t tabel 2,021 2. Dari hasil uji F atau pengujian secara simultan menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 288,389, lebih besar dari F tabel = 2,86. Hasil analisa menunjukkan bahwa variabel bebas/independen (X) faktor kenyamanan, jarak dan harga secara simultan signifikan berpengaruh terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar sebesar 93,7% sedangkan sisanya 6,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. 3. Dari penelitian juga diperoleh jawaban bahwa diantara kenyamanan, jarak dan harga, maka kenyamanan (X1) merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keuntungan usaha mikro di Pasar Daya Makassar.xx

References

- Guruh Taufan Hariyadi, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket”, Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, Nomor 1, Maret2016.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady, Metodologi penelitian sosial, Jakarta: BumiAksar, 2017.
- Juajir Sumardi, Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional, Bandung: Citra Aditya Bakti.2015
- Kotler, Philips. Manajemen Pemasaran, alih bahasa Sarwiji. Jakarta: Tema Baru 2015
- Muhammad Sholeh, Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016, hlm.26
- M. Kwartono Adi, Analisis Usaha Kecil dan Menengah,Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2017. Hlm.12-13
- Rina Walmiaty Mardi, “Dampak Munculnya Minimarket Waralaba terhadap usaha”, Seminar Nasional, Kecil” , Vol. 1, Nomer 16, Desember 2016.
- ST Sujana, Asep. Manajemen Minimarket. Jakarta : Raih Asa Sukses. 2013.
- Sugiarto. Ekonomi Mikro (edisi baru). Jakarta : Gramedia Utama. 2017
- Sutikno, Fauzul Rizal. Pergerakan Penduduk terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Malang. Prosiding Seminar Nasional Identitas Kota-kota Masa Depan di Indonesia. Bali. 2019
- Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting), Jakarta: LP3ES, 2012, h. 12
- Wijayanti, Pardiana dan Wiratno. “Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)”. Undip (hlm 71-85).2011
- Yusanto, Muh. Isma’il, dan Widjajakusuma, Muh. Karebet, Menggagas Bisnis Islami, Jakarta: Gema Insani Press.2012