

TINGKATPENDAPATAN PEDAGANG ECERAN DENGAN KEBERADAAN ALFAMART DAN INDOMARET DI KELURAHAN KAYUBULAN KECAMATAN LIMBOTO KABUPATEN GORONTALO

Umar Sako Baderan¹, Ramlah Alkatiri², Rilawati Buda³

¹Program Studi Administrasi Publik. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Muhammadiyah Gorontalo.

^{2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Muhammadiyah Gorontalo.

Email: usbaderan@umgo.ac.id¹, ramlahalkatiri@umgo.ac.id², rilawati.buda@gmail.com³

ABSTRACT

This research was conducted in Kayubulan Village, Limboto District. The Objective was to determine the income of retailers before Alfamart and Indomaret existed and to determine the impact of the existence of Alfamart and Indomaret on the income of retailers itself. This research uses descriptive qualitative analysis method. Whereas the income of retailers before the presence of Alfamart and Indomaret in the Kayubulan village was quite stable, considering that the competition between retailer was not too dominant, but with the existence of minimarkets that were widely built in the Kayubulan village, it caused several conflicts, such as some rejections, but not many also think this is normal in the business world there is such a thing as competition. One of the factors that becomes competition among seller is in terms of sales strategy, where there are many strategies that can attract sellers to buy their merchandise, one example of the strategy carried out by Alfamart and Indomaret they often provide price discount promos to their consumers. This has an impact on retailers, especially small retailer. The usual impact is the lack of buyers who buy at their shops or stalls.

Keywords: *Income Level, Retailer, Alfamart and Indomaret.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kayubulan Kecamatan Limboto. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan pedagang eceran sebelum ada alfamart dan indomaret dan untuk mengetahui dampak keberadaan alfamart dan indomaret terhadap pendapatan pedagang eceran. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Bahwa pendapatan pedagang eceran sebelum hadirnya alfamart dan indomaret di kelurahan kayubulan cukup stabil, mengingat persaingan antara pedagang belum terlalu dominan, namun dengan adanya minimarket yang marak dibangun di wilayah Kelurahan Kayubulan menimbulkan beberapa konflik, semisal beberapa penolakan, namun tak banyak juga yang menganggap hal ini wajar dalam dunia berbisnis ada yang namanya persaingan. Salah satu faktor yang menjadi persaingan diantara pedagang yakni dalam hal strategi penjualan, dimana banyak strategi-strategi yang bias menarik minat penjual untuk membeli barang dagangan mereka, salah satu contoh strategi yang dilakukan alfamart dan indomaret mereka sering memberi promo diskon harga kepada konsumen mereka. Hal ini berdampak pada pedagang eceran khususnya pedagan kecil. Dampak yang biasa terjadi kurangnya pembeli yang berbelanja di toko maupun warung mereka.

Kata Kunci: Tingkat Pendapatan, Pedagang Eceran, Alfamart dan Indomaret

PENDAHULUAN

Keberadaan minimarket telah tersebar diseluruh penjuru Kota-kota besar yang ada di Indonesia. Biasanya dimiliki oleh pemegang modal besar ataupun para investor. Dengan modalnya itu mereka dengan mudah mengembangkan usahanya, menambahkan lebih besar jaringan bisnisnya. Minimarket yang tumbuh pesat saat ini berlomba menawarkan sistem waralaba yang memungkinkan para pemilik modal lainnya ikut melebarkan usahanya demi mendapatkan laba yang lebih besar. Berbelanja di minimarket semakin menjadi trend seiring perubahan orientasi berbelanja masyarakat perkotaan. Dulu, konsumen selalu mengejar harga murah, namun dengan kemajuan dan pertumbuhan perekonomian kota, harga murah tidak menjadi pertimbangan utama. Faktor kenyamanan dalam berbelanja menjadi daya tarik tersendiri yang sangat diminati dalam dekade terakhir. Hal ini yang membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern daripada ke warung atau ke toko tradisional (Aslam K. A, 2017).

Kehadiran minimarket secara tidak langsung menuntut pedagang eceran untuk dapat meningkatkan pelayanan serta membenahi fasilitas pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini memungkinkan terdapatnya perubahan pada preferensi masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di pedagang eceran dari pada berbelanja di minimarket. Aspek preferensi konsumen, biasanya mencakup tiga aspek, aspek yang pertama, yaitu human resource, terkait dengan pelayanan yang diberikan, aspek yang kedua yaitu merchandise, mencakup jumlah produk yang tersedia,

keanekaragaman produk, dan keanekaragaman merek yang dijual dan aspek yang ketiga yaitu harga, terutama dalam kaitannya dengan harga yang murah (Novita, C. 2018).

Minimarket dalam peraturan prundang-undangan termasuk dalam pengertian "Toko Modern". Peraturan mengenai toko modern diatur dalam perpres No.112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Perpres 112/2007). Pengertian toko modern menurut pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departemen Store, Hypermart ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada (Pasal 4 ayat (1) Perpres 112/2007).

Persebaran minimarket pada satu sisi memiliki dampak yang baik, hal ini membuktikan adanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan menciptakan investasi, namun di sisi lain hal ini dapat menyebabkan kelesuan para pedagang 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 menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku perdagangan, sehingga membuat pedagang kios kecil semakin terpuruk bahkan mati karena tergerus keberadaan minimarket yang menawarkan.

Kondisi ini terjadi karena tidak adanya regulasi dan pedoman yang secara khusus mengatur keberadaan minimarket tersebut, baik dari segi lokasi, jumlah dalam satu wilayah, jarak, dan jangkauan pelayanan. Indomaret dan Alfamart memiliki jenis barang yang sama. Ketika mereka sudah saling berdekatan, kompetisi hanya didasarkan pada kemasan, tema dan faktor kecil lainnya. Hal ini yang akan mempengaruhi pandangan pengunjung. Persaingan yang sangat ketat menyebabkan, setiap gerai yang saling berdekatan yang memiliki jenis dagangan sama akan memiliki bentuk fisik toko yang serupa. Begitu pula dengan fasilitas yang sama persis. Ketersediaan produk antara dua minimarket ini cukupimbang. Sama-sama memiliki variasi produk yang banyak dan beragam. Demikian juga mengenai tata ruang, tidak banyak berbeda.

Baik Alfamart dan Indomaret berusaha menjangkau konsumen sampai level yang terdekat yaitu di perumahan atau jalan-jalan raya sekalipun, sehingga ketika konsumen membutuhkan produk yang diinginkan, Alfamart dan Indomaret sebagai retailer berhasil untuk menyediakannya. Tentu saja semua orang menyukai apabila mereka dapat mengurangi usaha untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Semakin dekat akan semakin baik. Untuk daerah yang besar pertama-tama akan dibagi dulu wilayahnya, misalnya berdasarkan kecamatan dan kabupaten. Kemudian pada kecamatan tersebut akan dibuka dua sampai tiga gerai, apabila memiliki perkembangan yang bagus maka akan dibuka kesempatan untuk membuka gerai yang baru di daerah tersebut. Metode yang paling relatif fleksibel ini membuat banyak orang tergiur untuk bergabung dengan usaha waralaba mereka, tidak

heran gerai mereka terus bertambah banyak. Tetapi kedua retailer ini tetap berusaha untuk menerapkan prinsip efisiensi agar pembukaan gerai tidak menjadi nafsu persaingan semata.

Sampai sekarang Indomaret yang sudah berdiri sejak dari tahun 1988 sudah mencapai 3.134 gerai diseluruh Indonesia. Sedangkan Alfamart yang berdiri dari 1999 sudah mencapai lebih dari 2.779 gerai diseluruh Indonesia dan terus saja bertambah untuk mengimbangnya. Karena begitu banyaknya gerai yang ada. Kita dapat menjumpai Alfamart dan Indomaret yang sangat dekat, bahkan kurang dari radius 10 meter kita melihat kedua pihak ini tampak seperti bersaing demi merebutkan pelanggan. Namun, pembukaan begitu banyak gerai ini bukan berarti tanpa perhitungan, kedua minimarket ini sebenarnya menjalankan bauran pemasaran yaitu place. Terbukti, minimarket berlabel Indomaret dan Alfamart tumbuh subur dimana-mana. Kedua merek minimarket tersebut berkembang dengan jejaring waralaba. Harga jual yang ditawarkan atas barang-barang promosi relatif murah, di bawah harga pasar. Ini yang membuat daya tarik konsumen berkunjung ke minimarket tersebut. Selain itu juga konsumen mendapatkan kenyamanan berbelanja karena ruang gerai yang rapi, bersih, dan sejuk. Minimarket tetap dibutuhkan konsumen untuk pemenuhan kebutuhan harian. Konsumen berkunjung ke minimarket hanya untuk berbelanja bulanan atau mingguan, tidak setiap hari.

Langkah minimarket Alfamart masuk ke Gorontalo nampaknya akan sedikit mengalami hambatan. Aksi penolakan dari sejumlah pihak terus berdatangan, penolakan itu disampaikan Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Provinsi

Gorontalo dan Ikatan Sarjana Nahdlatul Ulama (ISNU). Mereka meminta agar izin yang diberikan pemerintah kepada Alfamart dapat ditinjau kembali. Sekretaris APKLI Provinsi Gorontalo, Rahmat Pakaya, SH mengatakan, pemerintah Gorontalo harus meninjau kembali izin terhadap manajemen Alfamart yang akan masuk ke Gorontalo (hargo.co.id, 2013).

Pada intinya APKLI meminta, agar pemerintah mempertimbangkan ulang pemberian izin terhadap manajemen Alfamart di Gorontalo, karena bisa merugikan para pedagang kecil. Namun kehadiran kedua minimarket tersebut dapat berdampak positif buat perekonomian Provinsi Gorontalo. Akan tetapi disisi lain sangat berpengaruh pada pendapatan toko-toko maupun minimarket atau supermarken yang ada disekitarannya. Disisi lain menyebabkan kelesuan para pedagang kecil, karena keberadaan Alfamart dan Indomaret di Kabupaten Gorontalo salah satunya di Kecamatan Limboto (hargo.co.id, 2013).

Namun keluhan ini sangat dirasakan oleh pedagang kecil yang berada dekat dengan Alfamart dan Indomaret tersebut, lain halnya pedagang kecil yang tempat jualannya berada dipelosok rumah warga yang tidak terlalu merasakan kerugian adanya Alfamart dan Indomaret, mereka mengatakan bahwa pembeli yang berada disekitaran tempat jual mereka lebih memilih untuk berbelanja di pedagang kecil terdekat sehingga lebih efisien ketimbang harus pergi berbelanja ke Alfamart dan Indomaret yang cukup jauh dari rumah mereka. Namun dalam segi jumlah dan jenis barang mereka lebih sedikit ketimbang Alfamart dan Indomaret yang memiliki banyak stok. Yang ditakutkan para pedagang kecil yang kurang merasakan dampak atau berada

jauh dari area Alfamart dan Indomaret yaitu perkembangan pembangunan gerai-gerai Alfamart dan Indomaret sudah mencakup atau meluas diseluruh Kelurahan yang ada di Kecamatan Limboto (hargo.co.id, 2013).

Dikutip dari *Antarnews.com* saat ini pemerintah Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo sementara mengevaluasi kerjasama dengan dua toko swalayan yaitu alfamart dan indomaret yang kini telah membuka cabang di Kabupaten Gorontalo. Bupati Kabupaten Gorontalo Juga mengungkapkan minimarket tersebut sudah memberdayakan kurang lebih 70% tenaga kerja lokal, namun akan diusahakan pihak dua took swalayan tersebut akan diserap 100% dari tenaga kerja lokal (Antarnews.com, 2018).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Pada penelitian ini, menggunakan dua model data dalam pengumpulannya yakni:

1. Data Primer, bersumber dari informan dalam hal ini para pedagang eceran sebanyak 15 informan.
2. Data sekunder berupa data yang tersedia di lokasi penelitian yang dapat digunakan sebagai dasar penunjang dalam menganalisis masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder juga dapat diperoleh dari beberapa literature yang berhubungan dengan penelitian. Informan dalam penelitian ini sebanyak 15 pedagang eceran.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil Penelitian

Hampir semua informan mengatakan hal yang sama, ada yang positif dan negatif mengenai tanggapan mereka terhadap keberadaan alfamart dan indomaret di Kelurahan Kayubulan, apa yang mereka rasakan tak terlalu berpengaruh pada pendapatan mereka.

Peneliti juga menanyakan tentang berapa persen jumlah pendapatan yang dihasilkan per harinya oleh pedagang jika meningkat ataupun menurun baik sebelum adanya minimarket maupun sesudah hadirnya alfamart dan indomaret. Kebanyakan dari informan pedagang eceran mengalami penurunan dari pendapatan mereka, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini yang menunjukkan perubahan pendapatan para pedagang.

Peneliti juga menanyakan mengenai berapa jumlah pendapatan para pedagang eceran dan grosir per harinya sebelum adanya minimarket, dan berapa jumlah pendapatan mereka per harinya setelah adanya minimarket.

Sejalan dengan perkembangan jaman yang terus berkembang setiap saat, bisnis perdagangan menjadi bisnis yang besar khususnya di daerah yang memiliki penduduk perkapita banyak, bangunan toko maupun minimarket mulai bersebar khususnya minimarket yang sekarang menjadi trend di masyarakat saat ini yakni alfamart dan indomaret yang sekarang banyak peminatnya di kalangan tua maupun muda. Persaingan perdagangan mau tidak mau harus terjadi antara minimarket dan toko-toko eceran yang ada. Dalam bisnis perdagangan persaingan itu wajar saja. Lain halnya buat para pedagang eceran yang terbelang tak memerlukan modal terlalu banyak untuk memperdagangkan barang jualannya, usaha ini juga terbelang tidak terlalu sulit

sebab hanya memerlukan modal dan tempat untuk usaha tidak perlu menyewa atau membeli cukup mendirikan usaha di rumah sendiri, oleh karena itu semakin banyak orang membuka usaha yang sama. Namun sekarang ini, para pedagang cukup merasakan dampak secara langsung dari minimarket, dan dengan keterbatasan yang dimiliki oleh toko eceran tidak memungkinkan untuk bisa bersaing secara baik, yang ada pedagang eceran akan tersingkir.

Toko-toko eceran yang ada pun dahulu mengalami perkembangan dengan baik, memiliki pelanggan tetap, namun adanya perubahan gaya hidup seperti pandangan konsumen terhadap minimarket adalah sebagai tempat yang nyaman, harga terjangkau sudah terlihat dengan jelas. Dan tidak perlu bertanya berulang kali mengenai harga, dan fasilitas yang memadai untuk berbelanja, dari pada di toko eceran. Seperti halnya yang kita ketahui bahwa masyarakat merasa lebih puas jika berbelanja ke minimarket, dan mungkin lebih mudah dijangkau. Kemudian untuk para pedagang eceran lebih memperhatikan pelayanan lagi, dan barang-barang yang dijual tersusun dengan rapih sehingga para pelanggan tidak akan mungkin berpaling untuk berbelanja ke minimarket, dan mengingat begitu banyak hal yang ditawarkan oleh minimarket seperti halnya harga yang sudah pasti, sistem swalayan, adanya pendingin ruangan (AC) dan konsumen bisa berbelanja dengan pembayaran non tunai. Hal tersebut menambah ketertarikan para konsumen untuk berbelanja, namun jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh pedagang eceran dan grosir yang masih memiliki keterbatasan fasilitas, pembayaran dilakukan dengan sistem tunai, dan bersifat tradisional.

Tampak jelas bahwa saat adanya bangunan-bangunan minimarket, sangat memberikan pengaruh terhadap kelangsungan usaha para pedagang eceran di Kelurahan Kayubulan. Dari hasil wawancara terhadap para pedagang, mereka mengakui untuk beberapa tahun terakhir ini minimarket memberikan dampak yang cukup terasa.

Banyak diantaranya yang mengeluh akibat berkurangnya konsumen yang berbelanja di tokonya, dan dengan mudahnya pemerintah memberikan izin pendirian bangunan minimarket di Kelurahan Kayubulan, tanpa memperhatikan hal-hal yang berdampak terhadap pedagang kecil khususnya pedagang eceran. Akan tetapi hal ini sangat menguntungkan para konsumen sebab tidak perlu susah untuk mencari kebutuhan yang diinginkan, tinggal belanja ke minimarket semua barang ada atau lengkap di jual dan tertata dengan sangat rapi. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong para pedagang ada yang pasrah untuk mengikuti harga yang berlaku di pasar. Semakin beragam barang yang dijual oleh suatu penjual berarti semakin membuat pembeli tidak memiliki inisiatif untuk mencari barang di penjual lain. Hal ini juga yang mendorong penjual untuk menjual barangnya sama dengan harga yang berlaku di pasar, karena tidak ada alasan bagi pembeli untuk membayar lebih untuk barang yang sama. Saat ini memang mulai ada beberapa pembangunan minimarket di wilayah Kecamatan Limboto khususnya yang ada di Kelurahan Kayubulan yang beberapa bulan terakhir terdapat dua mini market yang dibangun di beberapa titik lokasi.

Kelemahan dari para pedagang eceran meliputi beberapa fakto. Seperti

faktor desain dan tampilan toko, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang yang terbatas, dan tidak mengerti dengan menggunakan promosi penjualan, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar para pedagang dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

Strategi dalam menjual penting dimiliki oleh para pedagang umumnya. Para pedagang yang mempunyai pengetahuan lebih tentang para konsumen dan pesaingnya akan dapat mengembangkan strategi memasarkan (menjual) barang yang tepat untuk mempertahankan konsumennya dan menghadapi pesaingnya. Pengetahuan yang mereka miliki tersebut merupakan suatu keunggulan dibanding pedagang lain, termasuk parapesaing.

Para pedagang perlu mencoba untuk melakukan penjualan dengan harga diskon pada periode tertentu guna meningkatkan penjualan, seperti yang biasa dilakukan para pedagang di minimarket. Akan tetapi hal yang cukup sulit dikarenakan latar belakang dari semua informan paling tinggi jenjang pendidikannya adalah SMA bahkan ada pula yang hanya tamat SD saja, ini merupakan gambaran bahwa pengetahuan pedagang hanya sebatas untuk berjualan dan dapat penghasilan yang cukup agar bisa memenuhi kebutuhan hidup. Namun berdasarkan hasil observasi di lapangan saat ini penataan dalam toko sebagian pedagang eceran mulai tertata rapi layaknya seperti minimarket sekarang.

PENUTUP

Simpulan

Pendapatan pedagang eceran sebelum hadirnya alfamart dan indomaret di kelurahan kayubulan cukup stabil,

mengingat persaingan antara pedagang belum terlalu dominan, namun dengan adanya minimarket yang marak dibangun di wilayah Kelurahan Kayubulan menimbulkan beberapa konflik, semisal beberapa penolakan, namun tak banyak juga yang menganggap hal ini wajar dalam dunia berbisnis ada yang namanya persaingan. Salah satu faktor yang menjadi persaingan diantara pedagang yakni dalam hal strategi penjualan, dimana banyak strategi-strategi yang bias menarik minat penjual untuk membeli barang dagangan mereka, salah satu contoh strategi yang dilakukan alfamart dan indomaret mereka sering memberi promo diskon harga kepada konsumen mereka. Hal ini berdampak pada pedagang eceran khususnya pedagan kecil. Dampak yang biasa terjadi kurangnya pembeli yang berbelanja di toko maupun warung mereka. Dari ulasan diatas dapat dipastikan akan berpengaruh terhadap pendapatan atau omset pedagang eceran. Solusinyayakni menggunakan strategi-strategi tanpa mengurangi atau merugikan usaha mereka sendiri.

Saran

Saran yang penulis sajikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk pemerintah agar dapat menekan pembangunan minimarket yang terlalu banyak, hal ini akan berdampak pada pedagang kecil khususnya pedagan eceran yang ada di Kelurahan Kayubulan
2. Untuk para pedagang eceran agar menggunakan strategi lain untuk menarik minat pembeli lagi, seperti menata ulang barang dalam toko maupun waruk agar terlihat menarik oleh konsumen ataupun pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianika, N. (2016). Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Deepublish.
- Anonim. (1997). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. Departemen Pendidikan Kebudayaan.
- Aslam, K. A. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat Dan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Kelurahan Tamamaung Kota Makassar. Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Alauddin Makassar. Skripsi
- Baderan, U. S., & Napu, B. (2020). Peran bumdes dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di desa ayuhula kecamatan dungaliyo kabupaten gorontalo. *JSAP: Journal Syariah and Accounting Public*, 3(2), 66-72.
- Boediono. (2002). Pengantar Ekonomi. Jakarta: Erlangga. hal. 150
- Hery, Lekok. W. (2012). Akuntansi Keuangan Menengah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imbran, H., Baderan, U. S., & Lihawa, M. (2020). Strategi Program Pembangunan dalam Pengentasan Kemiskinan di Desa Karyamukti Kecamatan Mootilango Kabupaten Gorontalo. *JPPE: Jurnal Perencanaan & Pengembangan Ekonomi*, 3(2), 93-114.
- Kasmir. (2012). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- M.B. Milles and M.A. Huberman. 1992). Qualitative Data Analysis, (London: Sage Publication, 1992), h. 15-16.
- Morissan. (2012). Metode Penelitian Survei. Cetakan Ke-I. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

-
-
- Mulyadi. (2010). Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. Penerbit Salemba Empat.
- Novita, C. (2018). Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir Di Desa Hessa Air Genting Kec. Air Batu Kab. Asahan. Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan. Skripsi
- Nursandy, M. R. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso, skripsi tidak diterbitkan.
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Usaha Kecil
- Punaji. Setyosari. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta Kencana
- Purnama, R.P.A. (2014). Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar. Universitas Brawijaya. jurnal ilmiah.
- Reksoprayitno. (2004). Sistem Ekonomi Dan Demokrasi Ekonomi, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), H. 79.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Soekartawi. (2012). Faktor-faktor Produksi. Jakarta: Salemba Empat.
- Stice. Earl K. Skounsens. K Fred. (2009). Intermediate Accounting. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono. F. (2008). Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil
- Waralah. C. (2008). Pengertian Tentang Dampak, Jakarta Bandung Alfabeta.