



Pengaruh Kehadiran Indomaret Terhadap Daya Saing Mini Market Lokal di Kecamatan Manggelewa

Ahmad Zidan^{1*}, Mulyati², Syafrudin³

¹⁻³Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, NTB, Indonesia

*Penulis Korespondensi: zidan241220@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of Indomaret's presence on the competitiveness of local minimarkets in Manggelewa District. The study employed a descriptive quantitative approach using a survey method involving 56 owners and employees of local minimarkets selected through a saturated sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire supported by documentation and were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The findings indicate that the presence of Indomaret has a positive and significant effect on the competitiveness of local minimarkets, with a significance value of 0.000 (<0.05) and a contribution of 45.7%. These findings suggest that the presence of modern retail not only intensifies market competition but also encourages local minimarket operators to adapt by improving service quality, product variety, shopping convenience, and marketing strategies to remain competitive. The study implies that collaboration between local business operators and local governments is essential to strengthen the competitiveness of local retail through business innovation, capacity-building programs, and policies that promote fair competition while supporting the sustainability of the local economy.*

Keywords: *Competitiveness; Indomaret; Local Minimarkets; Manggelewa District; Modern Retail.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kehadiran Indomaret terhadap daya saing minimarket lokal di Kecamatan Manggelewa. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei terhadap 56 pemilik dan pegawai minimarket lokal yang dipilih menggunakan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert dan didukung dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran Indomaret berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing minimarket lokal dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05) dan kontribusi pengaruh sebesar 45,7%. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan ritel modern tidak hanya meningkatkan intensitas persaingan, tetapi juga mendorong pelaku minimarket lokal untuk melakukan adaptasi melalui peningkatan kualitas pelayanan, kelengkapan produk, kenyamanan berbelanja, serta strategi pemasaran agar tetap kompetitif. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya sinergi antara pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam memperkuat daya saing ritel lokal melalui inovasi usaha, pembinaan, dan kebijakan yang mampu menciptakan iklim persaingan yang sehat serta mendukung keberlanjutan ekonomi lokal.

Kata kunci: Daya Saing; Indomaret; Kecamatan Manggelewa; Minimarket Lokal; Ritel Modern.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan sektor ritel modern di Indonesia menunjukkan peningkatan yang pesat dalam dua dekade terakhir. Fenomena ini dapat dilihat dari menjamurnya jaringan toko modern seperti Indomaret dan Alfamart yang tidak hanya mendominasi kawasan perkotaan, tetapi juga telah meluas hingga ke daerah pedesaan dan kecamatan. Ekspansi tersebut merupakan bagian dari strategi bisnis besar yang bertujuan memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi ritel modern dalam struktur ekonomi nasional. Dengan mengusung konsep belanja praktis, harga kompetitif, pelayanan cepat, dan kenyamanan fasilitas, ritel modern berhasil menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan sosial ekonomi. Akan tetapi, keberhasilan

ekspansi ini juga membawa konsekuensi terhadap keberlangsungan usaha ritel lokal yang sebelumnya berperan penting dalam memenuhi kebutuhan harian masyarakat di tingkat daerah.

Mini market lokal yang selama ini menjadi tulang punggung ekonomi mikro di berbagai daerah kini menghadapi tekanan persaingan yang semakin berat (Gunawan & Sofyan, 2025). Sebagian pelaku usaha kecil mengalami penurunan omzet, kehilangan pelanggan, bahkan ada yang terpaksa menutup usaha akibat tidak mampu bersaing dengan kekuatan modal dan strategi pemasaran yang dimiliki ritel modern (Sianturi & Silitonga, 2026). Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan daya saing antara pelaku usaha besar dan kecil. Di sisi lain, masyarakat mulai terbiasa dengan pola belanja baru yang menekankan pada kenyamanan dan efisiensi waktu, yang umumnya lebih mudah ditemukan di toko-toko modern seperti Indomaret. Kehadiran Indomaret di berbagai daerah sebenarnya membawa dampak ganda. Di satu sisi, kehadirannya memberikan kontribusi terhadap peningkatan akses masyarakat terhadap produk-produk konsumsi dengan harga yang relatif stabil dan kualitas terjamin. Namun di sisi lain, kehadiran tersebut menimbulkan kekhawatiran mengenai terpinggirkannya usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor perdagangan (Megawati & Halim, 2023).

Penelitian terdahulu telah mengungkap berbagai dampak negatif maupun positif dari kehadiran ritel modern terhadap usaha lokal. (Berutu & Dinata, 2024), dalam penelitiannya di Desa Rimo, Kec. Gunung Meriah, Aceh Singkil, menemukan bahwa peningkatan jumlah gerai minimarket modern berdampak langsung pada penurunan omzet toko kelontong tradisional hingga 30%. Hal ini disebabkan oleh strategi harga yang lebih kompetitif serta promosi yang lebih agresif. Sementara itu, hasil penelitian dari (Mutmainna & Faizah, 2024) di Palembang menunjukkan bahwa ritel modern tidak hanya memengaruhi volume penjualan, tetapi juga mengubah perilaku konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen kini lebih memilih toko modern karena dianggap lebih higienis, lengkap, dan memiliki pelayanan yang cepat.

Penelitian lain dari (Puspita & Nayatama, 2025) menyoroti bahwa ritel modern memiliki keunggulan manajerial yang signifikan, seperti sistem informasi yang terintegrasi dan pengendalian stok yang efisien. Keunggulan ini memberikan daya saing struktural yang sulit diimbangi oleh pelaku usaha kecil yang masih menggunakan sistem tradisional. Sementara itu, penelitian dari (Tohri & Mastur, 2023) di Lombok Timur menunjukkan bahwa dampak ekspansi ritel modern tidak selalu negatif. Dalam beberapa kasus, kehadiran toko modern justru mendorong pelaku usaha lokal untuk berinovasi, meningkatkan kualitas layanan, dan menyesuaikan strategi pemasaran agar tetap relevan.

Dari berbagai penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh kehadiran ritel modern terhadap daya saing usaha lokal bersifat kontekstual dan tergantung pada kondisi sosial

ekonomi masing-masing daerah. Kajian tentang pengaruh ritel modern terhadap usaha lokal di tingkat kecamatan atau wilayah pedesaan masih sangat terbatas. Di daerah-daerah seperti Kecamatan Manggelewa di Kabupaten Dompu, ekspansi ritel modern merupakan fenomena yang relatif baru dan menarik untuk diteliti karena karakteristik ekonomi lokalnya berbeda dengan daerah perkotaan.

Kecamatan Manggelewa merupakan salah satu wilayah dengan potensi ekonomi yang menonjol di Kabupaten Dompu. Aktivitas ekonomi masyarakatnya sangat beragam, mulai dari perdagangan hasil pertanian, usaha kecil menengah, hingga layanan jasa dan transportasi. Setiap hari, kegiatan jual beli berlangsung ramai di pasar tradisional maupun di sepanjang jalan utama lintas Sumbawa–Dompu yang menjadi pusat aktivitas ekonomi. Keberadaan sarana dan prasarana ekonomi seperti pasar rakyat, minimarket lokal, kios, bengkel, rumah makan, serta fasilitas perbankan dan jaringan transportasi yang memadai turut memperkuat perputaran ekonomi di wilayah ini. Namun, dinamika tersebut mengalami perubahan sejak hadirnya ritel modern seperti Indomaret yang membawa pola konsumsi baru di tengah masyarakat. Daya tarik berupa kenyamanan berbelanja, sistem pembayaran digital, promosi harga, dan kelengkapan produk mendorong pergeseran preferensi masyarakat dari toko tradisional ke toko modern. Akibatnya, para pelaku usaha lokal seperti mini market dan toko kelontong harus beradaptasi menghadapi persaingan ketat yang sebelumnya belum pernah terjadi, sehingga muncul tantangan baru dalam mempertahankan keberlangsungan ekonomi lokal di tengah arus modernisasi sektor perdagangan.

Fenomena di Manggelewa ini memperlihatkan adanya pergeseran perilaku konsumen dan dinamika baru dalam peta persaingan bisnis ritel lokal. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana kehadiran Indomaret memengaruhi daya saing mini market lokal di wilayah tersebut. Penelitian ini tidak hanya berupaya menggambarkan dampak ekonomi semata, tetapi juga menganalisis dimensi sosial dan strategis yang memengaruhi kemampuan adaptasi pelaku usaha kecil dalam mempertahankan eksistensinya.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi modern dan keberlanjutan ekonomi lokal. Usaha kecil seperti mini market lokal tidak hanya memiliki fungsi ekonomi, tetapi juga sosial, karena menjadi sumber mata pencaharian masyarakat, memperkuat jaringan sosial, dan menggerakkan ekonomi daerah. Jika pelaku usaha lokal tidak mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan ritel modern, maka bukan tidak mungkin mereka akan tersisih dari pasar dan mengakibatkan berkurangnya kemandirian ekonomi masyarakat setempat. Dengan memahami secara

mendalam hubungan antara kehadiran Indomaret dan daya saing mini market lokal, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan pemerintah daerah dalam mengatur tata ruang bisnis dan memberikan perlindungan terhadap usaha kecil.

Selain itu, penelitian ini memiliki nilai kebaruan (*novelty*) karena menyoroti konteks lokal yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam penelitian ekonomi ritel. Jika penelitian-penelitian sebelumnya banyak berfokus pada aspek makro atau wilayah perkotaan, maka penelitian ini lebih menekankan pada konteks mikro di tingkat kecamatan, di mana dampak sosial dan ekonomi dari ekspansi ritel modern lebih nyata dan langsung dirasakan oleh masyarakat. Penelitian ini juga mencoba melihat aspek adaptasi strategi pelaku usaha lokal, seperti bagaimana mereka menyesuaikan harga, meningkatkan pelayanan, atau memanfaatkan kedekatan sosial dengan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam dua hal. Pertama, secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai daya saing ritel lokal dengan menambahkan perspektif daerah non-perkotaan. Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengembangan ekonomi ritel yang lebih inklusif dan berkeadilan.

Penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang dinamika persaingan antara ritel modern dan ritel lokal, sehingga dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi daerah dan pelestarian peran usaha kecil dalam sistem perdagangan Indonesia.

Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kehadiran ritel modern, khususnya Indomaret, terhadap daya saing minimarket lokal sebagai dasar dalam memahami dinamika persaingan usaha ritel di Kecamatan Manggelewa.

2. KAJIAN TEORITIS

Grand Theory

Penelitian ini berlandaskan pada Teori Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage Theory*) yang dikemukakan oleh (Porter, 1990). Teori ini digunakan sebagai *grand theory* karena secara komprehensif menjelaskan bagaimana suatu entitas bisnis dapat bertahan dan unggul dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif. Porter menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen dibandingkan dengan pesaingnya, baik melalui efisiensi biaya (*cost leadership*) maupun diferensiasi (*differentiation*).

Dalam konteks penelitian ini, kehadiran Indomaret di Kecamatan Manggelewa merupakan manifestasi nyata dari penerapan strategi keunggulan bersaing tersebut. Dengan kekuatan modal yang besar, sistem distribusi yang terintegrasi, dan pengelolaan manajemen modern, Indomaret mampu menekan biaya operasional sekaligus menciptakan nilai tambah melalui pelayanan cepat, fasilitas nyaman, serta promosi yang menarik. Hal ini menjadikan Indomaret memiliki posisi kompetitif yang kuat dalam struktur pasar ritel modern. Sebaliknya, mini market lokal menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saingnya karena keterbatasan sumber daya, teknologi, dan kemampuan promosi. Namun, sebagaimana dijelaskan Porter, daya saing juga dapat dibangun melalui diferensiasi yang berbasis nilai unik — dalam hal ini berupa kedekatan sosial dengan pelanggan, fleksibilitas pelayanan, dan kemampuan memahami karakteristik pasar lokal.

Dengan demikian, teori keunggulan bersaing Porter digunakan untuk menjelaskan fenomena ketimpangan daya saing antara ritel modern dan ritel lokal. Kehadiran Indomaret tidak hanya menghadirkan ancaman kompetitif, tetapi juga mendorong pelaku usaha kecil untuk berinovasi dan menemukan bentuk keunggulan baru yang sesuai dengan konteks lokal Manggelewa.

Kehadiran (Indomaret) Ritel Modern

Menurut (Levi & Weitz, 2019) ritel modern merupakan sistem penjualan barang atau jasa yang menggunakan manajemen profesional, tata ruang nyaman, serta dukungan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan berbelanja. Ritel modern seperti Indomaret memiliki ciri utama berupa lokasi yang strategis, pelayanan mandiri, serta promosi yang terencana untuk menarik pelanggan. (Priyanto & Ningrum, 2026) menjelaskan bahwa ritel modern berfokus pada penciptaan nilai tambah bagi konsumen melalui harga kompetitif, kenyamanan fasilitas, dan ketersediaan produk yang luas.

Dalam konteks penelitian ini, kehadiran Indomaret dipandang sebagai bentuk ekspansi ritel modern yang memengaruhi kegiatan usaha lokal. (Putri, 2024) menemukan bahwa kehadiran ritel modern di wilayah pedesaan dan kecamatan menyebabkan pergeseran perilaku belanja masyarakat, di mana pelanggan lebih tertarik pada kenyamanan dan promosi toko modern. Berdasarkan teori tersebut, indikator variabel kehadiran Indomaret meliputi: a.) Lokasi strategis yang memengaruhi jumlah pelanggan; b.) Kebijakan harga yang lebih menarik dan kompetitif ; c.) Program promosi seperti diskon, voucher, atau iklan yang menarik pelanggan; d.) Fasilitas yang nyaman dan pelayanan cepat ; e.) Dampak kehadiran Indomaret terhadap omzet dan jumlah pelanggan toko lokal

Indikator-indikator tersebut menjadi dasar dalam penyusunan butir kuesioner untuk mengukur persepsi pelaku usaha lokal terhadap pengaruh ritel modern terhadap aktivitas bisnis mereka.

Daya Saing Usaha Lokal

Konsep daya saing berakar pada teori *Competitive Advantage* yang dikemukakan (Porter, 1990), yang menjelaskan bahwa suatu entitas bisnis dapat unggul apabila mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing melalui efisiensi biaya atau diferensiasi produk dan layanan. Daya saing pada usaha ritel lokal diukur melalui kemampuan pelaku usaha dalam menetapkan harga bersaing, memberikan pelayanan berkualitas, melakukan promosi efektif, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Berdasarkan teori tersebut, indikator variabel kehadiran Indomaret meliputi: a.) Kualitas produk yang terjaga dan sesuai dengan harapan pelanggan; b.) Penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau bagi konsumen; c.) Pelayanan yang ramah, cepat, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan; d.) Program promosi seperti diskon, bonus, atau iklan yang mampu menarik minat beli; e.) Tingkat loyalitas pelanggan yang ditunjukkan melalui pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain.

Kelima indikator tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun butir-butir kuesioner untuk mengukur tingkat daya saing minimarket lokal. Indikator tersebut dipilih karena mampu menggambarkan kemampuan usaha dalam menciptakan nilai bagi konsumen, mempertahankan pelanggan, serta menghadapi persaingan dengan ritel modern.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan secara sistematis pengaruh kehadiran Indomaret terhadap daya saing mini market lokal di Kecamatan Manggelewa. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik. Menurut (Sugiyono, 2024), pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, serta menganalisis data secara statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai dan owner (pemilik) mini market lokal yang beroperasi di Kecamatan Manggelewa, Kabupaten Dompu. Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan peneliti, jumlah keseluruhan populasi sebanyak 56 orang yang terdiri atas pemilik dan pegawai dari berbagai mini market lokal yang masih aktif beroperasi

di wilayah penelitian. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil dan masih memungkinkan untuk dijangkau secara keseluruhan, maka penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh (sensus) (Sari & Abdullah, 2023), yaitu teknik penentuan sampel yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai responden penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 56 responden.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama penelitian, sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2024). Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan pada masing-masing variabel dan menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Selain itu, peneliti juga menggunakan data absensi karyawan yang diperoleh dari mini market lokal sebagai data pendukung atau data penguat untuk memberikan gambaran mengenai kondisi operasional usaha yang diteliti. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten (Sobiri & Nashrullah, 2026).

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi (R^2), serta uji t untuk menguji hipotesis penelitian. Model regresi yang digunakan dirumuskan dalam persamaan: $Y = a + bX + e$ di mana Y merupakan daya saing mini market lokal, X adalah kehadiran Indomaret, a merupakan konstanta, b menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan e merupakan komponen kesalahan (error). Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (p-value) dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kehadiran Indomaret dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap daya saing mini market lokal di Kecamatan Manggelewa.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Manggelewa, Kabupaten Dompu, selama periode Maret hingga Juni 2026. Wilayah ini dipilih karena merupakan salah satu kecamatan yang mengalami perkembangan sektor ritel modern yang cukup pesat dengan hadirnya gerai Indomaret di tengah keberadaan mini market lokal. Kondisi tersebut menjadikan Kecamatan Manggelewa sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh kehadiran ritel modern terhadap daya saing usaha ritel lokal.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik mini market lokal dalam menyusun strategi bisnis yang lebih kompetitif, sekaligus menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung keberlangsungan usaha ritel lokal di tengah perkembangan ritel modern.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh menggambarkan variasi karakteristik responden yang mencerminkan latar belakang dari setiap individu yang terlibat dalam penelitian. Analisis terhadap karakteristik ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi persepsi atau perilaku responden. Berikut adalah hasil yang didapatkan dari data yang di kumpulkan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	19	33,93%
Perempuan	37	66,07%
Total	56	100,00%

Sumber : Data Primer, (2026)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 19 orang (33,93%). Sementara itu, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 37 orang (66,07%). Berdasarkan hasil analisis data karakteristik responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	7	12,50%
21-30 tahun	40	71,43%
31-40 tahun	9	16,07%
Total	56	100,00%

Sumber : Data Primer, (2026)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, terlihat bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 21–30 tahun, yaitu sebanyak 40 orang (71,43%). Kelompok usia terbanyak kedua adalah usia 31–40 tahun sebanyak 9 orang (16,07%), Sementara itu, kelompok usia < 20 tahun merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu hanya 7 orang (12,50%). Berdasarkan hasil analisis data karakteristik responden menurut usia, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif dengan dominasi mutlak pada rentang usia 21–30 tahun.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas.

Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
X.1	,465**	0,201	Valid
X.2	,372**	0,201	Valid
X.3	,401**	0,201	Valid
X.4	,701**	0,201	Valid
X.5	,648**	0,201	Valid
X.6	,640**	0,201	Valid
X.7	,579**	0,201	Valid
X.8	,622**	0,201	Valid
X.9	,632**	0,201	Valid
X.10	,505**	0,201	Valid
Y.1	,797**	0,201	Valid
Y.2	,631**	0,201	Valid
Y.3	,686**	0,201	Valid
Y.4	,691**	0,201	Valid
Y.5	,496**	0,201	Valid
Y.6	,496**	0,201	Valid
Y.7	,392**	0,201	Valid
Y.8	,625**	0,201	Valid
Y.9	,600**	0,201	Valid
Y.10	,802**	0,201	Valid

Sumber : Output IBM SPSS, (2026)

Tabel 3 dinyatakan valid, karena item pernyataan untuk semua variabel penelitian memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel (0.201), maka dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya valid. Artinya, kuesioner tersebut mampu mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur dan layak digunakan untuk tahap-tahap analisis data selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Coefficient	Cronbach's Alpha	Standart	Kesimpulan
Kehadiran Indomaret (X)	10 item	0,816	0,60	Reliabel
Daya Saing (Y)	10 item	0,872	0,60	Reliabel

Sumber : Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4 diperoleh hasil sebagai berikut :a.) Variabel Kehadiran Indomaret (X) memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,816;b.) Variabel Daya Saing (Y) memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,872.

Karena nilai cronbach's alpha untuk kedua variabel penelitian (0,816 dan 0,872) jauh lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan untuk

mengukur setiap variabel adalah sangat reliabel. Dengan demikian, kuesioner ini konsisten dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Keterangan	Sub Keterangan	Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.83985689
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.062
	Negative	-.115
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063 ^c

Catatan:

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan tabel 5 dinyatakan normal, karena nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,063 lebih besar dari 0,05 ($0,063 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa data residual dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, sehingga model regresi yang digunakan layak untuk analisis selanjutnya.

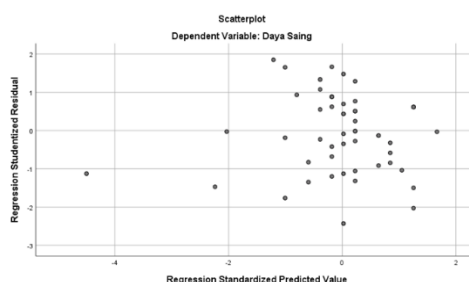
Tabel 6. Uji Multikonrealitas

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.679	4.420		3.095	.003		
	Kehadiran Indomaret	.723	.107	.676	6.737	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan tabel 6 diketahui nilai Tolerance untuk variabel Kehadiran Indomaret X (1,000), lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variabel Kehadiran Indomaret X, $1,000 < 10,00$. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikonrealitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikonrealitas dalam model regresi.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan gambar garis scatterplot diatas, secara visual tidak terlihat pola heteroskedastisitas yang jelas. Jadi kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu.

Tabel 7. Uji Linearitas

ANOVA Table

Variabel	Sumber	Keterangan	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Daya Saing * Kehadiran Indomaret	Between Groups	(Combined)	920.269	15	61.351	4.289	.000
		Linearity	681.552	1	681.552	47.642	.000
		Deviation from Linearity	238.717	14	17.051	1.192	.318
	Within Groups		572.231	40	14.306		
	Total		1492.500	55			

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan tabel 7 hasil uji linearitas di atas menunjukkan bahwa deviation from linearty from sig adalah $0,318 > 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel Kehadiran Indomaret (X) dengan variabel Daya Saing (Y).

Tabel 8. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.679	4.420		3.095	.003
	kehadiran indomaret	.723	.107	.676	6.737	.000

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana pada Tabel 8, diperoleh nilai konstanta sebesar 13,679 dan koefisien regresi variabel kehadiran Indomaret sebesar 0,723, sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 13,679 + 0,723X$. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh atau keberadaan Indomaret, maka semakin tinggi pula daya saing minimarket lokal. Setiap peningkatan satu satuan pada variabel kehadiran Indomaret akan meningkatkan daya saing minimarket lokal sebesar 0,723 satuan. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 6,737 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Nilai Beta sebesar 0,676 juga mengindikasikan bahwa hubungan antara kehadiran Indomaret dan daya saing minimarket lokal tergolong kuat dan searah. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kehadiran Indomaret

memberikan pengaruh nyata terhadap daya saing minimarket lokal, sehingga pelaku usaha lokal perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan strategi bisnis agar mampu bersaing di tengah perkembangan ritel modern.

Tabel 9. Uji t (Parsial)

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.679	4.420		3.095	.003
	kehadiran indomaret	.723	.107	.676	6.737	.000

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan hasil uji t, yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel secara parsial dengan kriteria signifikan 0,05, ditemukan bahwa variabel Kehadiran Indomaret (X) dengan nilai sig 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan terhadap daya saing. (Hipotesis Diterima)

Tabel 10. Uji f (Simultan)

ANOVA						
Model	Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	681.552	1	681.552	45.384	.000
	Residual	810.948	54	15.018		
	Total	1492.500	55			

a. Dependent Variable: Daya Saing

b. Predictors: (Constant), Kehadiran Indomaret

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa nilai sig dari output anova adalah 0,000 sehingga diperoleh perbandingan bahwa 0,000 < 0,005. Sementara f hitung adalah 45,384 dan f tabel 2,70, karena diperoleh f hitung 45,384 > f tabel 2,70 maka dapat disimpulkan bahwa Kehadiran Indomaret (X) secara simultan berpengaruh terhadap daya saing usaha lokal (Y).

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676	.457	.447	3.875

Sumber :Output IBM SPSS, (2026)

Berdasarkan tabel 11 diatas nilai koefisien determinasi pada kolom R Square adalah ,457 atau 45,7%. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel Kehadiran Indomaret (X) memiliki kontribusi pengaruh sebesar 45,7% terhadap daya saing Minimarket Lokal (Y), sementara sisanya 54,3% berasal dari variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kehadiran Indomaret (X) terhadap Daya Saing Minimarket Lokal (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran Indomaret memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing minimarket lokal. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear sederhana yang menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,723 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat kehadiran Indomaret di suatu wilayah, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap tingkat daya saing minimarket lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern mampu menciptakan dinamika persaingan yang mendorong pelaku usaha lokal untuk meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan strategi bisnis agar tetap kompetitif (Wijaya & Musthofa, 2025). Dengan kata lain, keberadaan Indomaret tidak hanya menjadi pesaing bagi usaha lokal, tetapi juga menciptakan kondisi persaingan yang mendorong pelaku usaha lokal untuk terus melakukan perbaikan dan pengembangan usaha. Kehadiran Indomaret sebagai salah satu ritel modern membawa berbagai perubahan dalam pola persaingan bisnis ritel. Indomaret hadir dengan sistem manajemen yang lebih terorganisir, ketersediaan produk yang lengkap, pelayanan yang cepat, harga yang relatif stabil, serta fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi konsumen. Kondisi tersebut secara tidak langsung membentuk standar baru dalam dunia perdagangan eceran. Masyarakat yang sebelumnya berbelanja berdasarkan kedekatan lokasi semata mulai mempertimbangkan faktor kenyamanan, kebersihan toko, kualitas pelayanan, serta kelengkapan produk. Perubahan perilaku konsumen ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi minimarket lokal untuk meningkatkan kualitas usahanya.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persaingan yang muncul akibat kehadiran Indomaret mendorong minimarket lokal untuk melakukan berbagai bentuk penyesuaian. Pelaku usaha lokal berusaha memperbaiki tata letak toko agar lebih nyaman, meningkatkan keramahan pelayanan, menjaga kebersihan lingkungan usaha, serta menambah variasi produk yang dijual. Upaya tersebut dilakukan agar konsumen tetap tertarik berbelanja di minimarket lokal meskipun terdapat alternatif pilihan berupa ritel modern. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam melakukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keunggulan bersaing (Wijaya & Musthofa, 2025). Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan toko dinilai mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan di tengah persaingan ritel modern (Wijaya & Musthofa, 2025). Dengan demikian, kehadiran Indomaret dapat menjadi faktor yang memacu peningkatan kualitas pengelolaan usaha lokal.

Nilai koefisien regresi sebesar 0,723 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kehadiran Indomaret akan diikuti oleh peningkatan daya saing minimarket lokal sebesar 0,723 satuan. Hasil ini memperlihatkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Artinya, semakin tinggi tingkat persaingan yang ditimbulkan oleh kehadiran Indomaret, semakin besar pula dorongan bagi minimarket lokal untuk meningkatkan kemampuan bersaingnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan usaha tidak selalu menghasilkan dampak negatif, tetapi juga dapat menjadi pendorong munculnya inovasi dan peningkatan kualitas usaha.

Selain itu, nilai Beta sebesar 0,676 menunjukkan bahwa hubungan antara kehadiran Indomaret dan daya saing minimarket lokal tergolong cukup kuat. Hal ini berarti perubahan yang terjadi pada variabel kehadiran Indomaret memiliki keterkaitan yang besar terhadap perubahan daya saing minimarket lokal. Dalam praktiknya, minimarket lokal yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar cenderung lebih mudah mempertahankan pelanggan dibandingkan usaha yang tidak melakukan perubahan. Oleh karena itu, kemampuan beradaptasi menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. (Ratten, 2023)

Hasil uji t juga memperkuat temuan penelitian ini. Nilai t-hitung sebesar 6,737 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh kehadiran Indomaret terhadap daya saing minimarket lokal benar-benar terjadi dan bukan sekadar kebetulan statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kehadiran Indomaret berpengaruh terhadap daya saing minimarket lokal dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan ritel modern telah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi dinamika persaingan usaha ritel di daerah penelitian.

Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,457 atau 45,7%. Angka ini menjelaskan bahwa daya saing minimarket lokal dapat dijelaskan oleh variabel kehadiran Indomaret sebesar 45,7%, sedangkan sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Faktor-faktor tersebut dapat berupa harga produk, kualitas pelayanan, lokasi usaha, modal usaha, strategi promosi, loyalitas pelanggan, kemampuan manajemen, serta pemanfaatan teknologi dalam operasional bisnis. Hasil ini menunjukkan bahwa kehadiran Indomaret merupakan faktor yang cukup penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menentukan tingkat daya saing minimarket lokal.

Dari sudut pandang teori persaingan usaha, temuan penelitian ini sejalan dengan konsep bahwa persaingan mendorong pelaku usaha untuk menjadi lebih efisien, inovatif, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Ketika Indomaret hadir dengan berbagai keunggulan

yang dimiliki, minimarket lokal terdorong untuk melakukan evaluasi terhadap kelemahan dan kelebihan usahanya. Proses adaptasi tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kemampuan usaha lokal dalam memenuhi kebutuhan pasar. Oleh karena itu, keberadaan Indomaret tidak selalu harus dipandang sebagai ancaman, tetapi juga dapat dipandang sebagai pemicu peningkatan kualitas usaha lokal. Di sisi lain, minimarket lokal memiliki beberapa keunggulan yang tidak selalu dimiliki oleh ritel modern. Kedekatan dengan masyarakat sekitar, hubungan yang lebih personal dengan pelanggan, fleksibilitas dalam pelayanan, serta kemampuan menyesuaikan produk dengan kebutuhan lokal merupakan modal penting yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Apabila keunggulan tersebut dikombinasikan dengan peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan usaha yang lebih baik, maka minimarket lokal memiliki peluang yang besar untuk tetap bertahan bahkan berkembang di tengah persaingan dengan ritel modern.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran Indomaret memberikan pengaruh yang nyata terhadap daya saing minimarket lokal. Pengaruh tersebut terlihat dari meningkatnya tuntutan terhadap kualitas pelayanan, kelengkapan produk, kenyamanan berbelanja, serta kemampuan pengelolaan usaha. Kehadiran Indomaret telah mendorong minimarket lokal untuk berbenah dan meningkatkan kualitas bisnisnya agar tetap mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha minimarket lokal perlu terus melakukan inovasi, meningkatkan kualitas layanan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya dalam jangka panjang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kehadiran Indomaret berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing minimarket lokal di Kecamatan Manggelewa. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern mendorong pelaku minimarket lokal untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kelengkapan produk, kenyamanan berbelanja, dan strategi pemasaran agar tetap mampu bersaing. Namun demikian, pengaruh kehadiran Indomaret hanya menjelaskan sebagian variasi daya saing minimarket lokal, sehingga masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhinya.

Saran

Pelaku minimarket lokal disarankan untuk terus meningkatkan daya saing melalui perbaikan kualitas pelayanan, penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen,

serta pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran yang lebih inovatif, sedangkan pemerintah daerah diharapkan memberikan pembinaan dan dukungan kebijakan yang menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat. Penelitian ini masih terbatas pada satu variabel independen dan ruang lingkup Kecamatan Manggelewa, sehingga penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti kualitas pelayanan, strategi pemasaran, lokasi usaha, digitalisasi, atau kemampuan manajerial, serta memperluas wilayah penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, serta motivasi yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Terima kasih juga kepada STIE Yapis Dompus, seluruh pemilik dan pegawai minimarket lokal di Kecamatan Manggelewa yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi sebagai responden penelitian, serta kepada keluarga, sahabat, dan semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

DAFTAR REFERENSI

- Berutu, M., & Dinata, M. F. (2024). *The Impact of Indomaret 's Presence on Community Business Actors : A Case Study of Rimo , Gunung Meriah District , Aceh Singkil*. *Dampak Kehadiran Indomaret Terhadap Pelaku usaha Masyarakat : Studi Kasus Rimo , Kec . Gunung*. 1(1), 28–46.
- Gunawan, M. S., & Sofyan. (2025). Monopoli Ritel Modern : Kajian Kritis Kebijakan Pemerintah terhadap Minimarket di Indonesia “. *Journal of Administrative Law and Public Policy*, 3(1), 110–125. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/beleidjalpp/index%0AMonopoli>
- Levi, & Weitz. (2019). Retailing Management. *Jurnal University of Alberta*, 1–11.
- Megawati, & Halim, M. (2023). Dampak Keberadaan Indomaret Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang Kecil di Desa Andumowu Kabupaten Konawe Utara. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 8(3), 417–422. <https://doi.org/10.36709/jopspe>
- Mutmainna, I., & Faizah, T. (2024). *Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Tradisional Di Palembang*. 2, 91–97.
- Porter, M. (1990). Competitive Advantage Revisited: Michael Porter on Strategy and Competitiveness. *Journal of Management Inquiry*, 1–19. <https://doi.org/10.1177/1056492607306333>

- Priyanto, R., & Ningrum, L. (2026). *Manajemen ritel (Strategi, Inovasi, dan Transformasi Bisnis di Era Digital)* (S. G. Saputra (ed.); 1st ed.). Diva Pustaka. www.divapustaka.co.id
- Puspita, D., & Nayatama, M. A. (2025). *Cantaka : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Analisis Aspek Teknis dan Operasional Cantaka : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 2, 172–180.
- Putri, H. S. (2024). *Dampak Pembangunan Toko Modern Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Desa di Kabupaten Pinrang*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Ratten, V. (2023). *Entrepreneurship : Definitions , opportunities , challenges , and future directions*. 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Sari, M., & Abdullah, R. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sianturi, D. F., & Silitonga, N. W. (2026). Dampak Ekspansi Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan UMKM di Kabupaten Dairi : Tantangan dan Strategi Dalam Perekonomian Indonesia. *SINTAMA*, 6(2), 301–311. <https://jurnal.adai.or.id/index.php/sintamai>
- Sobiri, M., & Nashrullah. (2026). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dalam Pendekatan Kuantitatif. *Psikosopen : Jurnal Psikososial Dan Pendidikan*, 2(1), 1–10. <https://publisherqu.com/index.php/psikosopen/>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (D. B. Ismaya (ed.); 1st ed.). CV. Saba Jaya Publisher. <https://sabajayapress.co.id/>
- Tohri, A., & Mastur, M. (2023). Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v5i1.280>
- Wijaya, S., & Musthofa, A. (2025). Dampak Keberadaan Indomaret terhadap Perekonomian Toko Kelontong. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 10(1), 114–123.