

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina

UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina berlokasi di Desa Dahai Rt.02 yang merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Paringin, Kabupaten Balangan, Provinsi Kalimantan Selatan. Desa Dahai mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1097 orang yang terdiri dari laki laki 533 orang dan perempuan 564 orang dengan kepadatan penduduk 175 orang / Km dengan jumlah 346 KK. Usaha masyarakat sebagian besar hanya dari usaha karet, pertanian dan perkebunan yang menjadi paling menonjol di Desa Dahai, $\pm$ 90% masyarakat menekuni usaha tersebut, walaupun ada sebagian kecil yang mempunyai usaha niaga/ berdagang dan juga peternakan. Berdasarkan wawancara peneliti dengan informan 1 yaitu Ibu Yani salah satu anggota UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina yang sudah bergabung sejak awal UMKM emping ini berdiri yaitu dari tahun 2016. Pada wawancara tersebut Ibu Yani Memaparkan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina memulai usahanya sejak tahun 2016 dan di kelola mandiri oleh kelompok ibu-ibu rumah tangga dengan modal yang dikumpulkan per orang Rp.5.000,-/minggu, selain itu juga meminta bantuan permodalan kepada PT.Buma yaitu perusahaan tambang yang beroperasi dikawasan desa Dahai. UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina termasuk dalam kategori usaha mikro. Hal ini didasarkan pada kriteria UMKM di Indonesia yang mengklasifikasikan usaha mikro sebagai usaha dengan modal usaha paling banyak sampai Rp. 1 miliar dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 2 miliar. Selain itu, usaha mikro biasanya dikelola oleh tenaga kerja kurang dari 10 orang dan modalnya relatif kecil, sesuai dengan kondisi modal yang dikumpulkan secara mandiri dan bantuan modal dari perusahaan tambang tersebut. Jadi, usaha Emping

Singkong Kalimantan Al-Aina termasuk dalam jenis usaha mikro dalam klasifikasi UMKM di Indonesia.

UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina memproduksi emping yang terbuat dari bahan utamanya yaitu singkong dengan berbagai macam varian rasa seperti manis, asin, balado, pedas manis, ayam bakar, jagung bakar, barbeque dan jahe. Proses pembuatan emping cukup rumit dan memakan waktu, oleh karena itu produksi emping tidak dilakukan setiap hari tetapi satu minggu sekali atau ketika ada pesanan dari pelanggan.

UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina merupakan satu-satunya UMKM di Kabupaten Balangan yang memproduksi emping singkong sehingga menjadi kelebihan dan ciri khas tersendiri karena produk emping singkong ini sudah berhasil terjual hingga keluar daerah sampai ke pulau Jawa. Untuk memasarkan produknya UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina mempunyai beberapa cara yaitu :

- a. Penjualan langsung kepada konsumen yang datang ke tempat produksi
- b. Penjualan dengan cara konsinyasi atau titip jual ke warung-warung kelontong dan untuk keuntungan ditentukan sendiri oleh pemilik warung
- c. Penjualan dengan ikut acara expo UMKM yang biasa di adakan di hari jadi Kabupaten Balangan
- d. Penjualan online melalui whatsApp

Untuk saat ini UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina masih menggunakan sistem konsinyasi yaitu sitem penjualan yang dilakukan dengan perjanjian antara pemilik barang/produk dengan pemilik toko. UMKM Al-Aina mematok harga penjualan Rp.5.000,-/pcs kemudian pemilik toko bebas menentukan keuntungan penjualannya biasanya berkisar menjadi harga Rp.6.000-Rp.8.000,-/pcs nya.

Dari total keseluruhan hasil penjualan nantinya akan dibagi ke setiap anggota kelompok UMKM tergantung seberapa sering anggota tersebut ikut membantu proses produksi, apabila ada anggota yang jarang ikut membantu produksi maka semakin sedikit juga keuntungan yang diberikan.

Pemilihan Indomaret Haur Batu sebagai mitra pemasaran didasari oleh pertimbangan akses pasar yang lebih luas, dukungan program kemitraan yang ramah UMKM, dorongan peningkatan kualitas produk, serta adanya dukungan pemerintah daerah. Selain itu Indomaret Haur Batu memiliki letak yang sangat strategis yaitu di pinggir jalan raya lintas Provinsi serta menyediakan halaman yang cukup luas sehingga memudahkan pelanggan untuk singgah. Semua faktor ini diharapkan dapat membantu UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina berkembang lebih pesat dan menjadi contoh sukses bagi pelaku usaha mikro lainnya.

2. Gambaran Indomaret di Kabupaten Balangan

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang lebih 200 m² dan dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Indomaret menawarkan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat, dan lokasi toko yang mudah dijangkau karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Menurut observasi awal peneliti terdapat 5 gerai Indomaret yang ada di Kabupaten Balangan, yaitu :

Tabel 4. 1

Indomaret tempat Penelitian Peneliti

No	Tempat	Kecamatan
1	Indomaret Jl.A Yani Batu Piring	Paringin Selatan
2	Indomaret Jl. A.Yani Komp.25	Paringin
3	Indomaret Jl. Gunung Pandau	Paringin Timur

4	Indomaret Jl. A. Yani Haur Batu	Paringin
5	Indomaret Jl. A. Yani Sungai Ketapi	Paringin

Sumber: diolah oleh peneliti (2025)

Setelah melakukan observasi terhadap ke-5 Indomaret yang ada di Paringin, di dapatkan informasi bahwa hanya salah satu Indomaret yang membuka kemitraan dengan UMKM yaitu Indomaret Haur Batu. Berdasarkan observasi peneliti mewawancari informan 2 yang bernama Ilham dan merupakan staff office Indomaret yang khusus mengcover UMKM semua wilayah KalSel-Teng di dapatkan informasi bahwa Indomaret Haur Batu membuka kemitraan dengan pelaku UMKM yang bertujuan mendukung pengembangan usaha mikro kecil menengah dan memperluas pasar produk lokal. Untruk saat ini sudah ada 11 UMKM yang menjadi mitra resmi Indomaret Haur Batu dengan berbagai macam produknya seperti keripik mandai, kacang jeruk purut dan kacang telor, gula semut original dan gula semut jahe, stik bawang, kerupuk iwak haruan, keripik pisang, keripik tahu, abon haruan, pangsit isi abon ikan, kacang mandai, kerupuk ikan patin dan lain-lain. Dari 11 UMKM tersebut ada yang sudah bermitra 2 tahun, 3 tahun bahkan sudah ada yang bermitra dari pertama kali Indomaret launching produk UMKM yaitu pada tahun 2021 lalu.

Dengan melihat adanya UMKM yang sudah berhasil menjalin kemitraan dengan Indomaret tersebut tentunya memberi peluang bagi UMKM lainnya yang ada di Kabupaten Balangan untuk bisa memasarkan produknya di Indomaret.

3. Kriteria Kerjasama UMKM dengan Indomaret di Kabupaten Balangan

Untuk bisa menjalin kemitraan tentunya Indomaret memiliki beberapa kriteria persyaratan bagi UMKM yang ingin mendaftar sebagai mitra, berikut persyaratan yang harus dipenuhi UMKM berdasarkan informasi yang peneliti peroleh dari informan 2 yaitu :

- a. Produk harus memiliki izin edar yang sah seperti BPOM atau PIRT serta sertifikasi halal
- b. Produk harus aman dikonsumsi dan diproduksi secara higienis
- c. Kemasan produk harus mencantumkan informasi lengkap seperti nama produsen dan distributor, komposisi produk, ukuran, tanggal kadaluarsa, barcode, dan kode produksi
- d. Produk yang diajukan harus memiliki harga yang kompetitif dan bersaing di pasar
- e. Pelaku UMKM wajib menjaga kualitas produk, termasuk bahan baku dari supplier agar konsumen tidak kecewa saat harga naik
- f. Indomaret hanya menerima produk UMKM yang tidak bertentangan dengan produk yang sudah ada di toko

Setelah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memenuhi kriteria yang ditetapkan, akan dibuat kesepakatan harga. Dalam kesepakatan ini, UMKM berhak menetapkan harga jual produknya kepada Indomaret. Sebagai contoh, jika UMKM menetapkan harga jual sebesar Rp.10.000 dan Indomaret menyetujuinya, maka keuntungan bagi UMKM akan diberikan sesuai harga jual tersebut setelah produk terjual. Indomaret, di sisi lain, akan menetapkan margin keuntungannya sendiri; misalnya, produk yang dibeli dari UMKM seharga Rp.10.000 akan dijual kembali oleh Indomaret kepada konsumen dengan harga antara Rp.13.000 hingga Rp.15.000.

Berdasarkan syarat dan kriteria yang telah dijelaskan informan 2 kepada peneliti, maka disitulah letak tantangan yang akan di hadapi oleh UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina agar bisa memenuhi persyaratan tersebut sebelum mengajukan kemitraan dengan Indomaret Haur Batu.

4. Identifikasi Kondisi Internal dan Eksternal UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina

Berikut analisis peneliti tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman/tantangan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina

a. Kekuatan (*Strengths*)

- 1) Satu-satunya produsen emping singkong di Balangan, sehingga memiliki keunikan dan minim pesaing lokal langsung
- 2) Produk memiliki beragam varian rasa (manis, asin, balado, pedas manis, ayam bakar, jagung bakar, barbeque, jahe), yang dapat menjangkau selera konsumen yang luas
- 3) Produk sudah pernah terjual hingga ke luar daerah, termasuk Pulau Jawa, menunjukkan adanya daya tarik dan potensi ekspansi pasar
- 4) UMKM telah berjalan sejak 2016, menandakan pengalaman dan konsistensi dalam produksi
- 5) Mendapat dukungan dari pemerintah daerah dan dinas terkait, termasuk pelatihan dan program peningkatan kapasitas

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Produksi belum stabil dan masih tergantung pada permintaan (produksi dilakukan jika ada pesanan atau event tertentu), sehingga belum mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas secara konsisten
- 2) Keterbatasan modal dan sumber daya untuk meningkatkan skala produksi dan pemasaran

- 3) Kurangnya strategi pemasaran digital dan distribusi yang optimal

c. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Kemitraan dengan Indomaret membuka akses pasar yang jauh lebih luas, baik lokal maupun regional, serta meningkatkan brand awareness produk
- 2) Dukungan dari pemerintah daerah dan program pelatihan UMKM yang difasilitasi oleh Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Balangan
- 3) Potensi untuk mengembangkan varian produk baru atau inovasi kemasan agar lebih menarik dan sesuai standar pasar modern
- 4) Adanya program pelatihan kewirausahaan, packaging, branding, dan peningkatan daya saing dari mitra seperti Indomaret
- 5) Tren konsumsi makanan ringan lokal dan olahan singkong yang terus meningkat

d. Ancaman/Tantangan (*Threats*)

- 1) Persaingan dengan produk makanan ringan lain, baik dari UMKM lokal lain maupun produk pabrikan nasional yang sudah mapan di ritel modern
- 2) Standar masuk ke ritel modern cukup ketat (izin edar, kemasan, kualitas produk), sehingga perlu investasi tambahan untuk memenuhi persyaratan tersebut
- 3) Risiko kenaikan harga bahan baku singkong atau bahan penunjang lainnya yang dapat mempengaruhi biaya produksi

- 4) Perubahan preferensi konsumen dan tren pasar yang cepat, sehingga perlu inovasi berkelanjutan

Analisis ini dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina, khususnya dalam memanfaatkan peluang kemitraan dengan ritel modern dan mengatasi tantangan internal maupun eksternal yang dihadapi.

B. Pembahasan

1. Peluang Bisnis UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina

UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina beroperasi sejak tahun 2016 hingga sekarang yang beralamat di Desa Dahai Rt.02 Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan. Dengan produk utamanya yaitu emping singkong dengan berbagai varian rasa dan proses pembuatan yang masih manual dilakukan tanpa alat-alat canggih seperti di pabrik-pabrik atau rumah produksi modern lain. UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina adalah satu-satunya UMKM yang memproduksi emping singkong sehingga menjadi kelebihan dan ciri khas tersendiri bagi Desa Dahai. Untuk meraih keuntungan yang lebih banyak, tentu saja setiap pelaku UMKM akan mencari peluang agar bisa memperluas pemasaran produknya, salah satu cara yang dilakukan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina dalam mencari peluang bisnis adalah ketertarikannya terhadap kemitraan UMKM yang di adakan oleh toko ritel modern Indomaret. Alasan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina tertarik untuk melakukan kemitraan dengan Indomaret adalah keinginan untuk memperluas jaringan pemasaran, mengangkat nama baik Desa Dahai sebab mempunyai produk unggulan yang bisa bersaing di toko ritel modern Indomaret.

Jika dilihat dari modal usahanya, UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina termasuk dalam kategori usaha mikro, kecil, atau menengah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan pemerintah. Berdasarkan Peraturan Pemerintah

Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, pengelompokan UMKM berdasarkan modal usaha adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro : Memiliki modal usaha sampai dengan maksimal Rp. 1 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).
- b. Usaha Kecil : Memiliki modal usaha lebih dari Rp.1 miliar sampai dengan maksimal Rp. 5 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).
- c. Usaha Menengah : Memiliki modal usaha lebih dari Rp. 5 miliar sampai dengan maksimal Rp. 10 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara lapangan, UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina termasuk dalam kategori usaha mikro sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, karena memenuhi dua indikator utama:

- 1) Modal Usaha : Modal yang digunakan untuk operasional UMKM Al-Aina sebagian besar bersumber dari dana pribadi, dengan kisaran sekitar Rp10 juta hingga Rp25 juta. Modal ini digunakan untuk pembelian bahan baku singkong, alat penggorengan, kemasan produk, dan biaya distribusi lokal. Nilai ini jauh di bawah batas maksimal usaha mikro yaitu Rp1 miliar.
- 2) Omset Penjualan: Kegiatan produksi dilakukan tidak menentu dan berdasarkan pesanan, baik dari warung sekitar, pelanggan tetap, atau event seperti expo UMKM. Berdasarkan informasi pelaku usaha, rata-rata omset per bulan berkisar antara Rp2 juta hingga Rp5 juta, tergantung musim dan permintaan. Jika dihitung dalam satu tahun, maka perkiraan omset tahunan UMKM Al-Aina adalah sekitar Rp24

juta hingga Rp60 juta, masih jauh di bawah batas maksimal omzet usaha mikro sebesar Rp2 miliar per tahun.

Berdasarkan kisaran tersebut, maka UMKM Al-Aina dapat dipastikan berada dalam kategori usaha mikro, karena baik nilai modal maupun omzetnya masih dalam batas kriteria yang telah ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan antara UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina dengan Indomaret membuka peluang bisnis baru yang signifikan, sejalan dengan teori peluang bisnis yang menekankan pentingnya kemampuan pelaku usaha dalam mengenali dan memanfaatkan kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan.

Peluang bisnis dalam penelitian ini terwujud melalui:

- a. Identifikasi kebutuhan pasar: Produk emping singkong dengan berbagai macam varian rasa memenuhi permintaan konsumen akan camilan tradisional berkualitas
- b. Keunikan produk: Sebagai satu-satunya produsen emping singkong di Kabupaten Balangan yang sudah menembus pasar Jawa
- c. Strategi ekspansi: Kemitraan dengan Indomaret menjadi *first mover advantage* untuk menguasai segmentasi pasar ritel modern

Secara khusus, salah satu peluang signifikan yang dimiliki UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina adalah tidak adanya kompetitor langsung dalam produk emping singkong di wilayah Balangan. Kondisi ini memberikan keunggulan tersendiri dalam membangun identitas produk dan memperluas pasar tanpa harus bersaing secara langsung dengan produsen serupa. Keunikan produk dan posisi pasar yang eksklusif ini menjadi nilai strategis yang dapat dimanfaatkan untuk naik kelas ke skala usaha kecil.

Teori peluang bisnis Alshanty & Emeagwali (2019) tentang kebutuhan adaptasi terhadap perubahan lingkungan eksternal terimplementasi dalam upaya UMKM ini mengatasi keterbatasan produksi (*make to order*) melalui sistem kemitraan terstruktur.

Secara teoritis, UMKM berperan besar dalam perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan nilai tambah, serta mendorong inovasi produk, sehingga kolaborasi dengan ritel modern seperti Indomaret dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha kecil.

Peneliti mengonfirmasi teori peran UMKM dalam :

- a. **Kontribusi ekonomi:** Menyumbang 61% PDB nasional sesuai data Kementrian Keuangan Republik Indonesia tahun 2024
- b. **Penyerapan tenaga kerja:** Mencapai 97% tenaga kerja di Indonesia
- c. **Inovasi produk:** Pengembangan varian rasa dan kemasan sebagai bentuk adaptasi pasar

Kasus ini menunjukkan bagaimana UMKM skala mikro (dengan produksi terbatas) dapat bertransformasi menjadi usaha berdaya saing melalui strategi kemitraan.

Selain itu, kemitraan yang terjalin didasarkan pada prinsip saling menguntungkan dan memperkuat, sebagaimana dijelaskan dalam teori kemitraan, sehingga diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengatasi keterbatasan sumber daya, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Tantangan teoritis yang dihadapi meliputi:

- a. Keterbatasan modal untuk memenuhi standar kemasan Indomaret
- b. Ketergantungan pada sistem produksi *make to order*
- c. Persaingan dengan produk sejenis di jaringan ritel

Di Kabupaten Balangan, implementasi kemitraan antara UMKM dan Indomaret telah dilakukan secara nyata. Pada tanggal 30 Juni 2021, Pemerintah Kabupaten Balangan meresmikan kerja sama dengan Indomaret melalui peluncuran produk UMKM lokal di Gerai Indomaret Haur Batu, Kecamatan Paringin. Dalam peluncuran tersebut, sebanyak enam pelaku UMKM berhasil menembus pasar ritel modern dengan delapan produk unggulan, yaitu kacang mandai, kacang jeruk purut, kacang telur, camilan syari, gula semut original, gula semut rasa jahe, abon haruan, dan kerupuk ikan patin. Langkah ini menjadi contoh konkret bagaimana kemitraan strategis dapat menjadi sarana efektif memperluas akses pasar bagi pelaku usaha mikro.

Penelitian ini membuktikan bahwa sinergi antara identifikasi peluang bisnis, kapasitas UMKM, dan model kemitraan terstruktur dapat menjadi katalisator pertumbuhan usaha mikro di daerah terpencil.

3) Tantangan dan kendala UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina

Untuk dapat menjalin kemitraan, UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina harus memenuhi sejumlah persyaratan dan kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti. Saat ini, UMKM tersebut menghadapi beberapa kendala, seperti kemasan produk yang belum memadai, keterbatasan modal, serta kurangnya tenaga kerja yang mendukung proses produksi. Sebagai langkah mengatasi masalah ini, UMKM berencana melakukan perekrutan tenaga kerja tambahan dan mengajukan permohonan modal kepada beberapa pihak, termasuk Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Balangan, PT Buma, serta kantor Kepala Desa Dahai. Setelah kendala tersebut teratasi, UMKM akan memperbarui kemasan produk sesuai standar Indomaret dan melaksanakan proses lain yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan Indomaret, seperti pengisian formulir, penyerahan sampel

produk, dan penandatanganan perjanjian harga. Jika sampel produk lolos uji kelayakan, maka produk tersebut siap untuk dipasok ke Indomaret.

Selanjutnya adalah Proses UMKM menentukan harga jual kepada Indomaret dimulai dengan UMKM melakukan survei dan analisis terhadap beberapa aspek penting. Pertama, UMKM harus memahami biaya produksi yang meliputi seluruh pengeluaran selama proses pembuatan produk, sebagai dasar penetapan harga agar tidak merugi. Selanjutnya, UMKM juga memperhatikan harga jual produk sejenis dari kompetitor untuk menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai atau keunikan produk yang ditawarkan. Selain itu, UMKM perlu mempertimbangkan kemampuan daya beli konsumen dan persepsi nilai produk agar harga yang ditetapkan dapat diterima pasar dan tetap menguntungkan.

Setelah menetapkan harga jual berdasarkan biaya, kompetitor, dan permintaan pasar, UMKM mengajukan penawaran harga kepada Indomaret bersama dengan sampel produk dan dokumen pendukung seperti izin edar dan sertifikasi halal. Indomaret kemudian melakukan kurasi dan evaluasi produk, termasuk harga yang diajukan, untuk memastikan harga tersebut kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk. Jika harga yang diajukan UMKM disetujui, maka Indomaret akan membeli produk dengan harga tersebut dan menetapkan harga jual kembali dengan margin keuntungan yang ditentukan sendiri oleh Indomaret.

Singkatnya, penentuan harga jual UMKM kepada Indomaret adalah hasil dari perhitungan biaya produksi, analisis harga pasar, dan negosiasi harga dengan Indomaret yang memperhatikan kualitas dan daya saing produk di pasar minimarket.

Dengan demikian, UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina dapat meningkatkan kemampuan dan kualitasnya untuk memenuhi standar Indomaret dan menjadi mitra yang handal. Dengan kerja sama yang baik dan komitmen untuk meningkatkan kualitas produk, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan

meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk emping singkong yang dihasilkan. Oleh karena itu, diharapkan UMKM Emping Singkong Kalimantan Al-Aina dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya dalam meningkatkan kemampuan dan kualitasnya untuk menjadi mitra dengan perusahaan besar seperti Indomaret.