

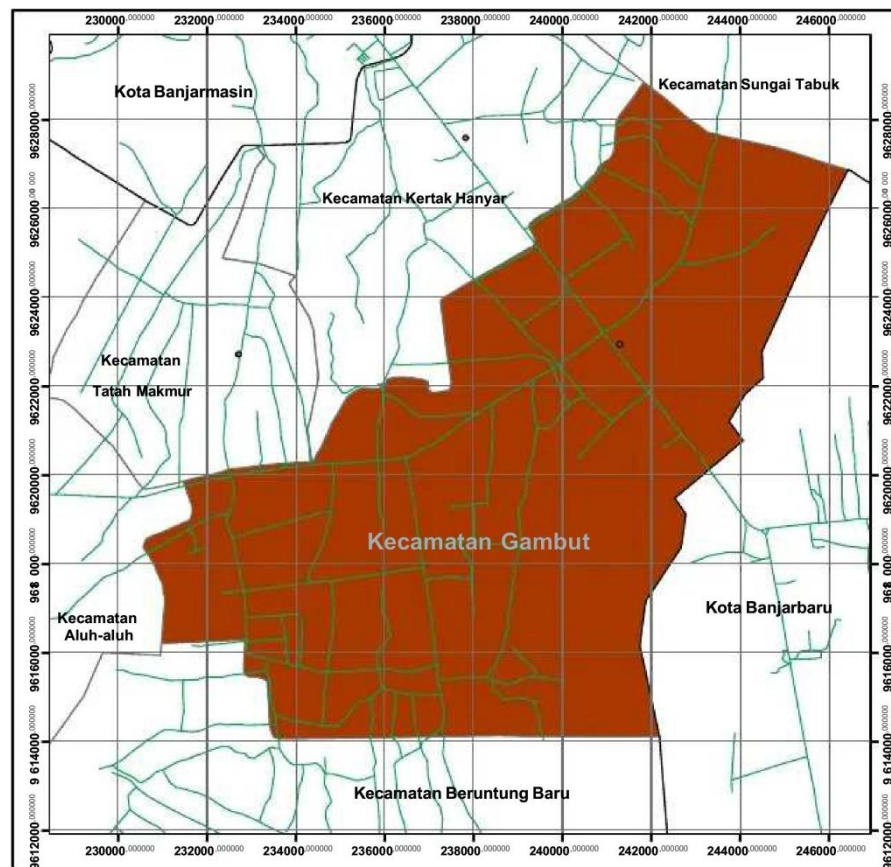
BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Gambar 4.1
Peta Wilayah Kecamatan Gambut



a. Kondisi Geografis

Gambut adalah suatu wilayah kecamatan yang memiliki luas 129.31 km² atau 2.77% dari luas wilayah Kabupaten Banjar. Kecamatan Gambut secara geografis terletak pada koordinat antara 2°49'55" – 3°43'38" Lintang Selatan dan 114°30'20" – 115°35'37" Bujur Timur. Batas-batas wilayah Kecamatan Gambut meliputi:

- 1) Bagian Utara : dibatasi Kecamatan Sungai Tabuk
- 2) Bagian Selatan : dibatasi Kecamatan Aluh-Aluh
- 3) Bagian Timur : dibatasi Kota Banjarbaru
- 4) Bagian Barat : dibatasi Kecamatan Kertak Hanyar

Dalam Kecamatan Gambut terdapat 2 kelurahan yaitu Gambut dan Gambut Barat. Adapun desa yang terdapat di Kecamatan Gambut beserta luas wilayahnya antara lain:

Tabel 4.1
Luas Desa di Kecamatan Gambut

Desa	Luas Desa (km²)	Persentase Wilayah (%)
Sungai Kupang	5,45	4,21
Keladan Baru	2,55	1,97
Guntung Ujung	18,42	14,24
Guntung Papuyu	14,48	11,20
Makmur	9,60	7,42
Tambak Sirang Darat	6,27	4,85
Tambak Sirang Baru	2,70	2,09
Tambak Sirang Laut	3,75	2,90
Malintang	7,49	5,79
Malintang Baru	6,35	4,91
Kayu Bawang	17,77	13,74
Gambut	19,74	15,26
Banyu Hirang	7,25	5,61
Gambut Barat	7,49	5,79

Sumber: BPS Kecamatan Gambut, 2023

b. Kondisi Sosial Ekonomi

Jumlah penduduk Kecamatan Gambut 46.815 jiwa dengan data persentase penduduk 8,07% laju pertumbuhan tertinggi 2,61% rata-rata kepadatan penduduk di setiap desa mencapai 362,06 jiwa/km².

Berdasarkan rasio jenis kelamin tampak bahwa rasio jenis kelamin penduduk sebanyak 99,20.

Di Kecamatan Gambut terdapat 38 gedung sekolah SD/MI dengan jumlah siswa sebanyak 5.413 orang murid dan 412 orang guru, 5 gedung sekolah SMP/MTs banyak siswa 1.982 murid dan 139 guru, 5 gedung sekolah SMA/MA/SMK banyak siswa 2.819 murid dan 192 orang guru. Di Kecamatan Gambut terdapat 2 perguruan tinggi antara lain Universitas Cahaya Bangsa dan Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Selatan.

Ketenagakerjaan masyarakat Kecamatan Gambut di usia produktif kerja banyak yang berprofesi sebagai petani dan peternak disamping itu banyak juga masyarakat yang membuka usahanya sendiri seperti toko kelontong, reparasi, dan lain sebagainya. Sarana dan prasarana ekonomi Kecamatan Gambut terdiri dari:

Tabel 4.2

Sarana dan Prasarana Ekonomi di Kecamatan Gambut

Desa	Pasar	Toko Kelontong	Minimarket	Warung/ Kedai Makanan	Restoran
Sungai Kupang		12		10	
Keladan Baru		5		3	
Guntung Ujung	1	30		14	
Guntung Papuyu	1	32		25	
Makmur	2	29		17	
Tambak Sirang Darat		26		3	
Tambak Sirang Baru		18		10	
Tambak Sirang Laut		18		10	

Malintang	2	41	1	42	
Malintang Baru		20		9	
Kayu Bawang		37		16	
Gambut	3	106	6	78	9
Banyu Hirang		14		12	
Gambut Barat		56	7	69	8
Jumlah	9	444	14	248	17

Sumber: BPS Kecamatan Gambut, 2023

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa sarana dan prasarana ekonomi di Kecamatan Gambut sangat memadai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Gambut dengan kepadatan penduduk yang sekian banyaknya.

Salah satu sarana ekonomi yang banyak tersebar di Kecamatan Gambut adalah toko kelontong. Toko kelontong berperan sebagai penyedia barang kebutuhan sehari-hari bagi penduduk setempat dari bahan makanan hingga barang kebutuhan rumah tangga. Selain itu, toko kelontong juga memiliki akses yang mudah dijangkau terutama bagi mereka yang tinggal di daerah pedesaan dan yang jauh dari pusat perbelanjaan besar. Peran toko kelontong tidak hanya sebatas sebagai pengecer barang-barang konsumen. Mereka juga menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat dengan menyediakan lapangan pekerjaan. Banyak dari mereka yang bekerja di toko kelontong adalah penduduk lokal yang mengambil kesempatan ini untuk mencari nafkah bagi keluarga mereka. Dengan demikian, toko kelontong tidak hanya menjadi tempat untuk membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari, tetapi juga merupakan tulang punggung ekonomi dan sosial bagi masyarakat Kecamatan Gambut.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan minimarket sangat meningkat pesat di Kecamatan Gambut. Fenomena ini tidak hanya menandakan pada perkembangan ekonomi yang pesat, tetapi juga menimbulkan tantangan bagi para pedagang kelontong yang telah lama menjadi mata pencaharian masyarakat Gambut. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah persaingan yang semakin ketat antara pedagang kelontong dan minimarket. Minimarket sering kali menawarkan berbagai promosi dan diskon yang menarik. Hal ini mengakibatkan penurunan penjualan bagi pedagang kelontong, yang mungkin tidak mampu bersaing dalam hal harga atau variasi barang yang ditawarkan. Secara keseluruhan, peningkatan jumlah minimarket di Kecamatan Gambut telah menimbulkan tantangan bagi para pedagang kelontong tradisional.

2. Karakteristik Responden

Data karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada jenis kelamin, usia responden, dan lama berdirinya toko kelontong.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	F	%
Laki-Laki	23	28%
Perempuan	59	72%
Total	82	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2023

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh data jumlah responden

laki-laki sebanyak 23 responden dengan persentase 28% dan jumlah responden perempuan sebanyak 59 responden dengan persentase 72%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pedagang toko kelontong di Kecamatan Gambut adalah perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 4.4
Data Usia Responden

Usia	F	%
< 20 tahun	3	3,7%
20 – 30 tahun	21	25,6%
31 – 40 tahun	26	31,7%
> 40 tahun	32	39%
Total	82	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2023

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa dari karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh data usia responden kurang dari 20 tahun berjumlah 3 orang (3,7%), responden yang berusia dari 20 – 30 tahun berjumlah 21 orang (25,6%), responden yang berusia dari 31 – 40 tahun berjumlah 26 orang (31,7), dan yang terakhir responden yang berusia lebih dari 40 tahun berjumlah 32 orang (39%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pedagang toko kelontong di Kecamatan Gambut berusia dari rentang 31 – 40 tahun keatas. Artinya para responden telah masuk ke dalam usia angkatan kerja. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang berusia 15-64 tahun yang sudah mempunyai pekerjaan maupun sedang tidak aktif bekerja. Usia para responden juga tidak melebihi usia produktif atau diatas 64

tahun. Dimana usia tertinggi responden yaitu 63 tahun dan usia terendah 19 tahun.

c. Lama Berdirinya Toko Kelontong

Tabel 4.5

Lama Berdirinya Usaha Responden

Lama Berdirinya Usaha	F	%
< 2 tahun	1	1,2%
2 – 5 tahun	19	23,2%
5 – 10 tahun	44	53,7%
> 10 tahun	18	21,9%
Total	82	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2023

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa dari karakteristik responden berdasarkan lama berdirinya toko kelontong diperoleh data toko kelontong yang sudah berdiri selama kurang dari 2 tahun berjumlah 1 toko kelontong (1,2%), toko kelontong yang sudah berdiri selama 2 – 5 tahun berjumlah 19 toko kelontong (23,2%), toko kelontong yang sudah berdiri selama 5 – 10 tahun berjumlah 44 toko kelontong (53,7%), dan yang terakhir toko kelontong yang sudah berdiri selama lebih dari 10 tahun berjumlah 18 toko kelontong (21,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas toko kelontong di Kecamatan Gambut sudah berdiri selama 5 – 10 tahun.

3. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 82 orang responden, maka dapat terlihat hasil tanggapan responden terhadap variabel bebas yakni jumlah ritel modern dan jarak ritel modern serta omset toko

kelontong sebagai variabel terikat. Berikut adalah deskripsi tanggapan dari responden.

a. Variabel Omset (Y)

Tabel 4.6
Frekuensi Jawaban Variabel Omset

Pertanyaan	Sebelum Adanya Minimarket		Sesudah Adanya Minimarket	
	F	%	F	%
<Rp50.000.000	1	1,2%	2	2,4%
Rp50.000.000 – Rp100.000.000	1	1,2%	8	9,75%
Rp100.000.000 – Rp300.000.000	16	19,5%	28	34,15%
Rp300.000.000 – Rp500.000.000	18	22%	9	11%
>Rp500.000.000	46	56,1%	35	42,7%
Total	82	100%	82	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Dari tabel diatas frekuensi jawaban responden terhadap variabel omset dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan 1 menunjukkan bahwa jawaban dari pertanyaan “Jumlah omset sebelum adanya minimarket”, responden memberikan jawaban <Rp50.000.000 1 responden (1,2%), Rp50.000.000 – Rp100.000.000 1 responden (1,2%), Rp100.000.000 – Rp300.000.000 16 responden (19,5%), Rp300.000.000 – Rp500.000.000 18 responden (22%), >Rp500.000.000 46 responden (56,1%).
- 2) Pertanyaan 2 menunjukkan bahwa jawaban dari pertanyaan “Jumlah omset sesudah adanya minimarket”, responden memberikan jawaban <Rp50.000.000 2 responden (2,4%),

Rp50.000.000 – Rp100.000.000 8 responden (9,75%),
 Rp100.000.000 – Rp300.000.000 28 responden (34,15%),
 Rp300.000.000 – Rp500.000.000 9 responden (11%),
 >Rp500.000.000 35 responden (42,7%).

b. Variabel Jumlah Minimarket (X_1)

Tabel 4.7

Frekuensi Jawaban Variabel Jumlah Minimarket

Jumlah Minimarket	F	%
1	35	42,7%
2	32	39%
3	15	18,3%
4	0	0%
>5	0	0%
Total	82	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Dari tabel diatas frekuensi jawaban responden terhadap variabel jumlah minimarket dapat dijelaskan bahwa jawaban dari pertanyaan “Jumlah minimarket di sekitar toko kelontong”, responden memberikan jawaban 1 unit 35 responden (42,7%), 2 unit 32 responden (39%), 3 unit 15 responden (18,3%), 4 unit 0 responden (0%), >5 unit 0 responden (0%).

c. Variabel Jarak Minimarket (X_2)

Tabel 4.8

Frekuensi Jawaban Variabel Jarak Minimarket

Jarak Minimarket	F	%
50-100 meter	8	9,75%
100-200 meter	10	12,2%

200-300 meter	17	20,7%
300-400 meter	8	9,75%
>400 meter	39	47,6%
Total	82	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Dari tabel diatas frekuensi jawaban responden terhadap variabel jarak minimarket dapat dijelaskan bahwa jawaban dari pertanyaan “Jarak minimarket dengan toko kelontong”, responden memberikan jawaban 50-100 meter 8 responden (9,75%), 100-200 meter 10 responden (12,2%), 200-300 meter 17 responden (20,7%), 300-400 meter 8 responden (9,75%), >400 meter 39 responden (47,6%).

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek (Saptutyarningsih & Setyaningrum, 2020, hlm. 164). Pengujian validitas menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics 22. Nilai r_{hitung} pada uji validitas dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* setiap item pertanyaan. Adapun nilai r_{tabel} menggunakan tabel kritis untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ pada taraf signifikansi 10% (0,1). Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini ada 82 orang maka nilai $df = 82 - 2 = 80$ sehingga r_{tabel} adalah 0,183. Dengan demikian dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Omset Toko Kelontong (Y)	1	0,183	Valid
Jumlah Minimarket (X_1)	1	0,183	Valid
Jarak Minimarket (X_2)	1	0,183	Valid

Sumber: Data diolah dari SPSS Statistics 22, 2024

Berdasarkan tabel di atas, secara keseluruhan pertanyaan pada variabel omset toko kelontong (Y), jumlah minimarket (X_1), dan jarak minimarket (X_2) dapat dinyatakan valid karena hasil dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan setiap variabel sudah sesuai dengan standar ketentuan dan dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitif dari masa ke masa (Saptutyarningsih & Setyaningrum, 2020, hlm. 166). Reliabilitas suatu instrumen dilakukan dengan uji *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel. Adapaun pengujian reliabilitas menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics 22 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Omset Toko Kelontong (Y)	1	0,60	Reliabel
Jumlah Minimarket (X ₁)	1	0,60	Reliabel
Jarak Minimarket (X ₂)	1	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dari SPSS Statistics 22, 2024

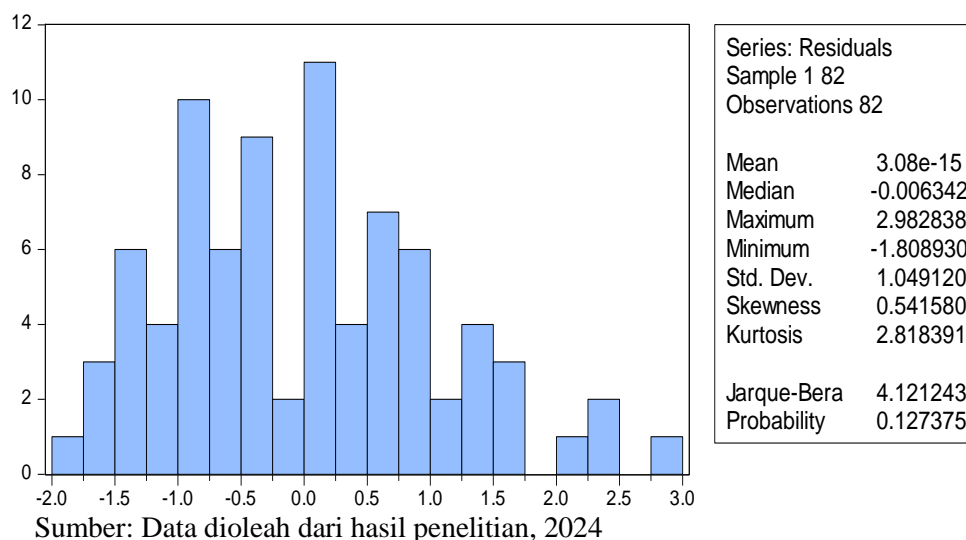
Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas untuk setiap variabel baik variabel omset toko kelontong (Y), jumlah minimarket (X₁), dan jarak minimarket (X₂) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel sehingga dapat digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui data yang diperoleh berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Histogram-Normality Test*. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Probability Jarque-Bera* $> \alpha$ 0,1. Begitupun sebaliknya apabila nilai *Probability Jarque-Bera* $< \alpha$ 0,1 maka data tidak berdistribusi normal. Adapun pengujian normalitas menggunakan bantuan aplikasi Eviews 9 dengan hasil sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji menggunakan uji *Histogram-Normality Test*, diperoleh nilai *Probability* sebesar 0,127 yang lebih besar dari nilai α 0,1 sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser dengan ketentuan jika nilai *Probability Obs*R-squared* $> \alpha$ 0,1 maka data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Begitupun sebaliknya, jika nilai *Probability Obs*R-squared* $< \alpha$ 0,1 maka data mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser			
F-statistic	1.184839	Prob. F(2,79)	0.3112
Obs*R-squared	2.388035	Prob. Chi-Square(2)	0.3030
Scaled explained SS	2.085860	Prob. Chi-Square(2)	0.3524

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Berdasarkan hasil uji menggunakan *Heteroskedasticity Test* metode Glejser, diperoleh nilai *Prob. Chi-Square(2)* sebesar 0,303 yang lebih besar dari α 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antarvariabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *correlations* lebih kecil dari 0,90 atau *centered* VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

	Jumlah_minimarket	Jarak_minimarket
Jumlah_minimarket	1.000000	0.303926
Jarak_minimarket	0.303926	1.000000

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	92241.98	8.945057	NA
Jumlah_minimarket	20647.29	7.276456	1.101771
Jarak_minimarket	0.430540	6.323761	1.101771

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai *correlations* diperoleh sebesar 0,304 yang lebih kecil dari 0,90 sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas. Selanjutnya dilihat dari nilai *centered* VIF sebesar 1.101 yang artinya nilai *centered* VIF setiap variabel lebih kecil dari 10 sehingga juga tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel jumlah minimarket (X_1) dan jarak minimarket (X_2) terhadap omset toko kelontong (Y). Selain itu digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

Tabel 4.13

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1162.097	303.7136	3.826293	0.0003
Jumlah_minimarket	-294.2555	143.6916	2.047827	0.0439
Jarak_minimarket	-0.477765	0.656155	1.728128	0.0467
R-squared	0.172804	Mean dependent var		476.3902
Adjusted R-squared	0.493330	S.D. dependent var		943.1155
S.E. of regression	919.5592	Akaike info criterion		16.52157
Sum squared resid	66801534	Schwarz criterion		16.60962
Log likelihood	-674.3842	Hannan-Quinn criter.		16.55692
F-statistic	3.101553	Durbin-Watson stat		1.846779
Prob(F-statistic)	0.050499			

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Model persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1162,10 - 294,25X_1 - 0,48X_2 + e$$

Dimana:

Y : Omset toko kelontong

β : Konstanta

X_1 : Jumlah ritel

X_2 : Jarak ritel

β_1, β_2 : Nilai koefisien dari masing-masing variabel independen

e : Residual model

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta bernilai sebesar 1162,10 menunjukkan jika variabel jumlah minimarket (X_1) dan jarak minimarket (X_2) sama dengan nol (konstan) maka prediksi omset toko kelontong mengalami perubahan sebesar 1162,10.
- b. Nilai koefisien regresi variabel jumlah minimarket (X_1) bernilai sebesar -294,25 dengan nilai negatif menunjukkan bahwa apabila variabel jumlah minimarket (X_1) meningkat sebesar satu persen dengan asumsi variabel jarak minimarket (X_2) tetap, maka akan menurunkan omset toko kelontong sebesar -294,25.
- c. Nilai koefisien regresi variabel jarak minimarket (X_2) bernilai sebesar -0,48 dengan nilai negatif menunjukkan bahwa apabila variabel jarak minimarket (X_2) meningkat (lebih dekat) sebesar satu persen dengan asumsi variabel jumlah minimarket (X_1) tetap, maka akan menurunkan omset toko kelontong sebesar -0.48.

4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1 menunjukkan semakin baik kemampuan X dalam menerangkan Y dimana $0 < R^2 < 1$.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1162.097	303.7136	3.826293	0.0003
Jumlah_minimarket	-294.2555	143.6916	2.047827	0.0439
Jarak_minimarket	-0.477765	0.656155	1.728128	0.0467
R-squared	0.172804	Mean dependent var		476.3902
Adjusted R-squared	0.493330	S.D. dependent var		943.1155
S.E. of regression	919.5592	Akaike info criterion		16.52157
Sum squared resid	66801534	Schwarz criterion		16.60962
Log likelihood	-674.3842	Hannan-Quinn criter.		16.55692
F-statistic	3.101553	Durbin-Watson stat		1.846779
Prob(F-statistic)	0.050499			

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,493. Nilai koefisien determinasi (R^2) tersebut lebih dari 0 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel jumlah minimarket (X_1) dan jarak minimarket (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 49,3%. Sedangkan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas (independen) dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau yang dikenal dengan uji parsial adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y). Pada uji t dilakukan

dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{tabel} menggunakan tabel $df = n - (k + 1)$ pada taraf signifikansi 10% (0,1). Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini ada 82 responden dan variabel bebas (k) sebanyak 2 variabel maka nilai $df = 82 - (2 + 1) = 82 - 3 = 79$ sehingga t_{tabel} adalah 1,664. Adapun ketentuan pengambilan keputusan pada uji t sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1162.097	303.7136	3.826293	0.0003
Jumlah_minimarket	-294.2555	143.6916	2.047827	0.0439
Jarak_minimarket	-0.477765	0.656155	1.728128	0.0467
R-squared	0.172804	Mean dependent var		476.3902
Adjusted R-squared	0.493330	S.D. dependent var		943.1155
S.E. of regression	919.5592	Akaike info criterion		16.52157
Sum squared resid	66801534	Schwarz criterion		16.60962
Log likelihood	-674.3842	Hannan-Quinn criter.		16.55692
F-statistic	3.101553	Durbin-Watson stat		1.846779
Prob(F-statistic)	0.050499			

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Berdasarkan uji t atau uji parsial pada tabel di atas, maka didapatkan hasil analisis sebagai berikut:

- 1) Uji t terhadap variabel jumlah minimarket (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,048 lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,664 ($2,048 > 1,664$). Sementara nilai signifikansi variabel jumlah

minimarket (X_1) sebesar 0,044 lebih kecil dari 0,1 ($0,044 < 0,1$). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel jumlah minimarket (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel omset toko kelontong (Y).

- 2) Uji t terhadap variabel jarak minimarket (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,728 lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,664 ($1,728 > 1,664$). Sementara nilai signifikansi variabel jarak minimarket (X_2) sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,1 ($0,047 < 0,1$). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel jarak minimarket (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel omset toko kelontong (Y).

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X_i) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Pada uji f, dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} . Nilai f_{tabel} menggunakan tabel $f_{\alpha}(k - 1, n - k)$ pada taraf signifikansi 10% (0,1). Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini ada 82 orang dan jumlah variabel (k) ada 3 maka nilai $f_{0,1}(3 - 1, 82 - 4) = f_{0,1}(2,78)$ sehingga f_{tabel} adalah 2,37. Adapun ketentuan pengambilan keputusan pada uji f sebagai berikut:

- 1) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.16
Hasil Uji f (Uji Simultan)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1162.097	303.7136	3.826293	0.0003
Jumlah_minimarket	-294.2555	143.6916	2.047827	0.0439
Jarak_minimarket	-0.477765	0.656155	1.728128	0.0467
R-squared	0.172804	Mean dependent var		476.3902
Adjusted R-squared	0.493330	S.D. dependent var		943.1155
S.E. of regression	919.5592	Akaike info criterion		16.52157
Sum squared resid	66801534	Schwarz criterion		16.60962
Log likelihood	-674.3842	Hannan-Quinn criter.		16.55692
F-statistic	3.101553	Durbin-Watson stat		1.846779
Prob(F-statistic)	0.050499			

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian, 2024

Berdasarkan uji f atau uji simultan diperoleh hasil f_{hitung} sebesar 3,10 lebih besar dari f_{tabel} yakni sebesar 2,37 ($3,10 > 2,37$). Sementara nilai signifikansi sebesar 0,05 lebih kecil dari 0,1 ($0,05 < 0,1$). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel jumlah minimarket (X_1) dan jarak minimarket (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel omset toko kelontong (Y).

6. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Jumlah dan Jarak Ritel Modern (Minimarket) terhadap Omset Toko Kelontong di Kecamatan Gambut” diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh Jumlah Ritel Modern (Minimarket) terhadap Omset Toko Kelontong di Kecamatan Gambut

Hipotesis penelitian menduga bahwa variabel jumlah minimarket secara parsial berpengaruh terhadap omset toko kelontong di Kecamatan Gambut. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel jumlah minimarket (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,048 lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,664 ($2,048 > 1,664$). Sementara nilai signifikansi variabel jumlah minimarket (X_1) sebesar 0,044 lebih kecil dari 0,1 ($0,044 < 0,1$). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel jumlah minimarket (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel omset toko kelontong (Y).

Berdasarkan hasil uji di atas maka hasil penelitian konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmania (2022) yang membuktikan bahwa peningkatan jumlah minimarket berpengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong.

Ketika jumlah minimarket meningkat di suatu wilayah, hal ini sering kali berdampak signifikan terhadap omset toko kelontong yang sudah ada di sekitarnya. Dengan adanya lebih banyak minimarket, persaingan di bidang ritel semakin meningkat. Minimarket sering kali dapat menarik pelanggan dengan harga yang lebih kompetitif, promosi menarik, atau kemudahan lain seperti mudah di jangkau dan jam buka yang lebih panjang. Hal ini mengakibatkan konsumen yang sebelumnya berbelanja di toko kelontong akan beralih ke minimarket sehingga menyebabkan penurunan omset bagi toko kelontong.

Semakin tahun semakin banyak penambahan jumlah minimarket di Kecamatan Gambut terutama di beberapa desa yang dekat dengan perkotaan seperti Desa Gambut dan Gambut Barat dimana jumlah minimarket di desa tersebut melebihi 5 unit per desa sehingga mulai menggeser usaha toko kelontong yang sudah lebih dahulu berdiri di daerah tersebut. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap pengurangan pelanggan toko kelontong yang berakibat pada turunnya omset toko kelontong.

b. Pengaruh Jarak Ritel Modern (Minimarket) terhadap Omset Toko Kelontong di Kecamatan Gambut

Hipotesis penelitian menduga bahwa variabel jarak minimarket secara parsial berpengaruh terhadap omset toko kelontong di Kecamatan Gambut. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel jarak minimarket (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,728 lebih besar dari t_{tabel} yakni sebesar 1,664 ($1,728 > 1,664$). Sementara nilai signifikansi variabel jarak minimarket (X_2) sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,1 ($0,047 < 0,1$). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel jarak minimarket (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel omset toko kelontong (Y).

Hasil penelitian ini menyatakan jarak minimarket memiliki pengaruh terhadap perubahan omset toko kelontong di Kecamatan Gambut selaras dengan teori yang dikemukakan Tobler (2004) yakni sesuatu yang berada lebih dekat mempunyai hubungan yang lebih erat dibandingkan yang berada lebih jauh. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti (2011) yang

membuktikan bahwa setiap kenaikan satu meter jarak antara penjual warung tradisional dan minimarket dapat menyebabkan pengurangan omset sebesar 0,02%.

Minimarket yang berjarak lebih dekat biasanya lebih mudah diakses oleh konsumen. Faktor ini dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam hal kenyamanan berbelanja. Konsumen cenderung memilih untuk berbelanja di tempat yang lebih dekat, terutama untuk keperluan sehari-hari yang biasa dibeli secara rutin. Akibatnya, toko kelontong yang lebih jauh atau sulit dijangkau akan kehilangan pelanggannya. Konsumen sering kali mempertimbangkan biaya dan waktu perjalanan dalam keputusan berbelanja. Dengan adanya minimarket yang lebih dekat dapat menghemat biaya transportasi atau waktu.

Semakin dekat minimarket dengan pemukiman penduduk atau akses jalan yang ramai, semakin besar kemungkinan konsumen memilih untuk berbelanja di minimarket. Hal ini karena minimarket sering kali dianggap lebih nyaman untuk berbelanja, terutama ketika lokasinya mudah dijangkau. Seperti di Kecamatan Gambut sendiri pendirian minimarket sering dipusatkan di jalan-jalan utama sehingga usaha toko kelontong yang berdekatan ataupun berjarak >400 meter dari minimarket mulai jarang didatangi pembeli.

c. Pengaruh Jumlah Ritel dan Jarak Ritel Modern (Minimarket) terhadap Omset Toko Kelontong di Kecamatan Gambut

Hipotesis penelitian menduga bahwa variabel jumlah minimarket dan jarak minimarket secara simultan berpengaruh terhadap omset toko

kelontong di Kecamatan Gambut. Hasil penelitian menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 3,10 lebih besar dari f_{tabel} yakni sebesar 2,37 ($3,10 > 2,37$). Sementara nilai signifikansi sebesar 0,05 lebih kecil dari 0,1 ($0,05 < 0,1$). Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel jumlah minimarket (X_1) dan jarak minimarket (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel omset toko kelontong (Y).

Meningkatnya jumlah minimarket dan letaknya yang berdekatan dengan toko kelontong tidak hanya mengubah cara kerja pasar, tetapi juga mempengaruhi secara langsung omset dan keberlangsungan toko kelontong tersebut. Minimarket menawarkan keunggulan utama dalam hal kenyamanan dan kemudahan. Dengan berlokasi di sekitar pemukiman atau pusat-pusat perkantoran yang padat, minimarket sering kali lebih mudah dijangkau oleh konsumen dibandingkan toko kelontong yang mungkin berjarak lebih jauh atau terletak di daerah yang terpencil. Hal ini mengubah perilaku konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja di minimarket karena lebih menghemat waktu dan tenaga. Akibatnya, toko kelontong yang terpencil atau jaraknya jauh dari pemukiman padat penduduk dapat mengalami penurunan omset karena kurangnya kemudahan akses bagi konsumen.

Minimarket juga sering kali aktif dalam mengembangkan strategi pemasaran dan promosi yang menarik. Minimarket secara rutin menawarkan diskon besar-besaran, diskon bagi pelanggan yang memiliki kartu anggota, atau paket promo yang menarik perhatian konsumen.

Dalam hal ini, toko kelontong yang mungkin memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya untuk melakukan promosi serupa dapat kalah bersaing dalam mempertahankan pelanggan atau menarik konsumen baru. Dengan minimarket yang berlokasi lebih dekat, konsumen akan memilih untuk memanfaatkan penawaran promosi yang tersedia di minimarket sehingga konsumen beralih belanja dari toko kelontong.

Di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia ritel modern, toko kelontong tradisional sering kali dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang terus berubah. Namun, dengan kreativitas dan kemauan untuk berinovasi, toko kelontong masih memiliki potensi besar untuk tetap bersaing dan menarik di zaman yang semakin berkembang seperti sekarang.

Dalam Alquran juga disebutkan tentang anjuran memiliki sikap kreatif dan inovatif seperti pada Q.S Ar-Ra'd/13: 11

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ

Artinya: *“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”*

Ayat di atas secara tidak langsung menyuruh manusia untuk produktif yang mana di dalamnya juga terdapat kreatif dan inovatif.

Salah satu langkah inovatif untuk tetap dapat bersaing adalah dengan memperluas jangkauan produk yang ditawarkan. Selain menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, minuman, dan barang rumah tangga, toko kelontong juga dapat menyediakan produk-produk unik. Misalnya, menyediakan produk

organik, makanan kesehatan, atau bahkan produk lokal yang sulit ditemukan di minimarket atau supermarket besar. Pelayanan yang ramah dan responsif juga menjadi nilai tambah bagi toko kelontong. Membangun hubungan pribadi dengan pelanggan, memberikan rekomendasi produk, atau bahkan menawarkan layanan pengiriman barang dapat membuat pengalaman berbelanja di toko kelontong lebih menyenangkan dan efisien. Pemilik toko kelontong juga bisa mempertimbangkan untuk menerapkan diskon khusus untuk pelanggan tetap.

Mengikuti perkembangan teknologi juga salah satu usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional dan. Misalnya, penggunaan sistem kasir yang modern, aplikasi *mobile* untuk memudahkan pelanggan dalam memesan atau melihat persediaan barang, serta pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan secara online. Teknologi juga bisa digunakan untuk memantau persediaan barang secara *real-time*, mengelola inventaris dengan lebih efisien, dan menganalisis data pelanggan untuk meningkatkan strategi pemasaran. Terakhir, tetap mengikuti tren dan analisis pasar adalah cara untuk mengambil keputusan yang tepat dalam mengembangkan toko kelontong. Memahami preferensi konsumen, tren pembelian, dan perubahan dalam perilaku belanja dapat membantu toko kelontong untuk menyesuaikan strategi mereka dengan lebih baik.

Dengan menerapkan strategi-strategi inovatif dan kreatif, toko kelontong memiliki kesempatan untuk tetap menjadi bagian penting dari

kehidupan masyarakat setempat dan menawarkan nilai tambah yang unik kepada pelanggan mereka. Meskipun persaingan dari minimarket dan ritel modern lainnya terus meningkat, strategi dan inovasi yang cerdas dapat membantu toko kelontong untuk bertahan dan tumbuh di pasar yang semakin berubah seiring zaman.