

konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

Kebijakan Perlindungan Kelompok Usaha Kecil Olahan Pangan Melalui Kemitraan Alfamart dan Indomart di Wilayah Kabupaten Lebak

Julizar Idris^a, Ondi Asep Saputra^b, Arif Nugroho^c, Jumanah^d

^{a,b,c,d} Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

e-mail : ^ajulizaridris@gmail.com, ^bbondysaputra@gmail.com, ^cariyul88@gmail.com,
^djumanah1011@gmail.com

Abstrak

Artikel ini dilatarbelakangi melihat bahwa pesatnya pertumbuhan minimarket menjadi pesaing dari UMKM / pasar tradisional dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Kelengkapan kebutuhan dan kenyamanan dalam transaksi dianggap menjadi alasan utama masyarakat lebih banyak memilih untuk berbelanja di minimarket. Minimarket tumbuh pesat dan dapat di temukan di segala tempat membuat persaingan antara UMKM serta menimbulkan pro dan kontra. Oleh karena itu dibutuhkan kebijakan kemitraan agar UMKM bisa berkerja sama dengan minimarket sekitar agar perekonomian masyarakat bisa terus meningkat. Dalam artikel ini akan membahas bagaimana implementasi kebijakan kemitraan umkm dan minimarket berjalan. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil pembahasan berisi dengan perkembangan umkm dan minimarket dalam meningkatkan perekonomian, kebijakan kemitraan umkm. Keberadaan minimarket bahkan bisa menjadi peluang Kemitraan antara UMKM dengan Toko berjejaring sesungguhnya amat luas dan banyak. Hampir setiap peraturan perundangan yang dibahas di muka mengamanatkan kemitraan sebagai solusi untuk mendorong perkembangan UMKM, Pasar Tradisional dan menangkal dampak negatif berkembang pesatnya toko berjejaring.

Kata Kunci: Kebijakan, Perlindungan Pelaku Usaha Kecil, Kemitraan.

Policy for Protection of Small Food Processed Business Groups Through the Alfamart and Indomart Partnership in the Lebak Regency Area

Abstract

The background of this article is to see that the rapid growth of minimarkets has become a competitor of MSMEs / traditional markets in meeting people's needs. Completeness of needs and convenience in transactions is considered to be the main reason people prefer to shop at minimarkets. Minimarkets are growing rapidly and can be found in all places, creating competition between MSMEs and giving rise to pros and cons. Therefore, a partnership policy is needed so that MSMEs can work together with the surrounding minimarkets so that the community's economy can continue to increase. In this article we will discuss how the implementation of the MSME and minimarket partnership policy works. The research method uses a qualitative descriptive approach. The results of the discussion contain the development of MSMEs and minimarkets in improving the economy, MSME partnership policies. The existence of minimarkets can even be an opportunity for partnerships between MSMEs and networked shops which are actually very broad and numerous. Almost every law and regulation

konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

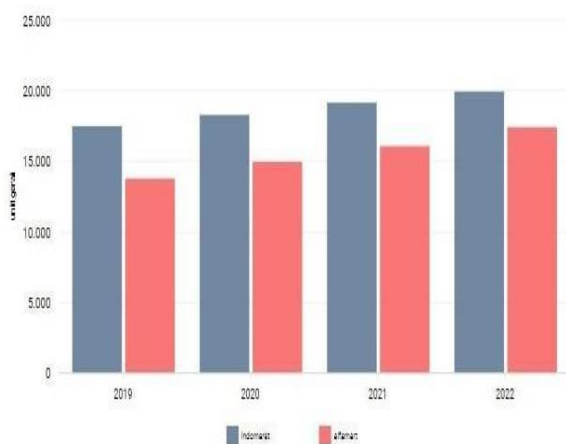
7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

discussed above mandates partnerships as a solution to encourage the development of MSMEs, Traditional Markets and counteract the negative impact of the rapid development of network stores.

Keywords: Policy, Protection of Small Business Actors, Partnership.

A. PENDAHULUAN

Kompetisi dalam dunia perdagangan semakin menjadi terlebih saat ini perdagangan ritel diminati oleh pemodal besar dengan munculnya berbagai mini market diberbagai tempat bahkan sampai kedaerah- daerah (Warno, 2013; Rachman, 2018). Hal ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



Gambar 1. Perkembangan Gerai Minimarket
Sumber: Media Online, 2023

Indomaret dan Alfamart adalah toko retail modern berukuran kecil atau minimarket yang sangat populer di Indonesia. Dua toko ini pun terus berekspansi setiap tahunnya. Pesatnya pertumbuhan minimarket tersebut memiliki dampak yaitu munculnya persaingan dengan pasar tradisional. Persaingan tersebut memunculkan permasalahan sebagaimana telah dilakukan beberapa penelitian oleh Utomo, 2011; Wulandari & Meydianawathi, 2016; Apsari, Pascarani, & Winaya, 2017; Mahmudah Masyhuri, 2011; Mujahid, 2018; Astuti, Veronica Sri dan Septiandika, 2019 adalah; (1) omset atau penjualan pasar tradisional salah satunya pedagang kelontongan semakin menurun sehingga menyebabkan kerugian. (2) berkurangnya pendapatan bagi pelaku usaha terutama bagi

kelompok eceran yang menjual produk seragam seperti bahan baku. (3) terjadinya monopoli perdagangan, (4) Menumpuknya barang di gudang karena lambatnya perputaran arus penjualan, (5) penurunan jumlah pasar tradisional, (6) memarginalkan pasar tradisional. Hal ini sejalan dengan penelitian Hadif Nst (2018) yang mengatakan bahwa hadirnya alfamart dapat mengancam keberadaan pasar tradisional disebabkan produk yang dijual hampir sama dengan harga yang lebih murah serta adanya promo dan diskon yang menjadi daya tarik konsumen untuk lebih berbelanja di ritel modern tersebut. Bahkan Aryani (2011) dalam penelitiannya membandingkan sebelum dan sesudah kemunculan minimarket sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang tradisional yang menurun semenjak munculnya minimarket.

Dampak buruk yang ditimbulkan minimarket tersebut tidak menjadikan keberadaan mini market dihentikan begitu saja, hal ini disebabkan karena beberapa alasan bahwa mini market tetap eksis bahkan di negara seperti Amerika, dalam penelitian Todd (2006) mengatakan bahwa perusahaan ritel modern menyerap tenaga kerja paling banyak di Amerika jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Kemudian Alexander et al, (2008); Mphela & Shunda, (2018); Lange et al, (2019); Peters et al. (2019) menambahkan bahwa pemerintah mendorong pendirian supermarket digunakan sebagai promosi makanan melalui supermarket. Di Indonesia minimarket juga memberikan pengaruh positif dalam peningkatan nilai ekonomis meliputi peningkatan harga tanah, tumbuhnya usaha-usaha penduduk dan membuka lapangan pekerjaan (Sugara, 2018). Dari prespektif upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat minimarket dipandang positif sebagai penyedia barang-barang bermutu dan memberikan jaminan kepercayaan dilihat dari

konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

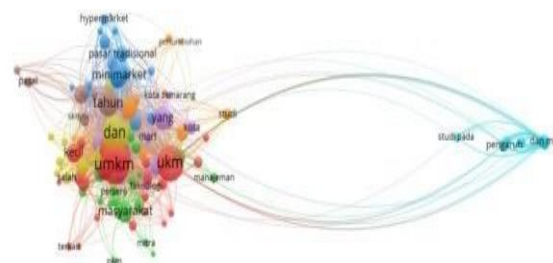
7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

kualitas, kuantitas dan informasi produk (Kusumawati, 2013). Selain itu, munculnya minimarket seperti Indomart dan Alfamart tidak sepenuhnya memberikan dampak buruk terutama bagi pelaku UMKM, karena hal ini akan menjadi peluang untuk bermitra. Kemitraan yang dapat dilaksanakan meliputi; (1) memasarkan barang produk UMKM yang dikemas atau dikemas ulang dengan merek pemilik barang, merek toko modern atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan jual barang, (2) memasarkan produk hasil UMKM melalui etalase atau outlet pada minimarket (Kurniawan, 2019).

Melihat posisi tersebut maka pemerintah harus melakukan upaya agar keberadaan mini market dapat memberikan manfaat bagi ekonomi lokal, mengutip pendapat Pasmazoglu (1967) mengatakan bahwa Negara harus menjadi kunci mengendalikan pasar modern dalam menghindari monopoli pada perusahaan modern dengan cara pembentukan undang-undang, kemudian Erie et al. (2010), Beynon et al. (2020) menambahkan bahwa pemerintah perlu menginisiasi kemitraan sebagai promosi produk lokal. Berdasarkan pendapat tersebut pemerintah Indonesia membuat regulasi yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pada ayat (1) point e, menyebutkan perlunya kemitraan dengan UMKM lokal.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Toko modern dan pasar tradisional pada Pasal 11 huruf a, b, c dan d menyebutkan bahwa pasar modern seharusnya menjalin kerjasama kegiatan usaha dalam bentuk kemitraan antar usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar serta mendorong terjadinya hubungan transaksi usaha saling menguntungkan antara usaha mikro, kecil menengah dan besar. Mengingat UMKM berperan sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu daerah (Indriyaningrum, 2008; Chrismardani, 2014) namun UMKM memiliki kelemahan dalam hal pembiayaan, pelatihan,

kurangnya sumber daya, akses keuangan serta pemasaran (Chawinga & Chipeta, 2017) tentunya sangat tepat jika menerapkan kemitraan, sebagaimana dikutip oleh (Osborne, 2008) menyebutkan bahwa kemitraan menjadi jembatan bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan sumber daya dan menjadi dasar kajian penelitian dilakukan di negara-negara berkembang (Chiwara & Dick, 2008). Kajian UMKM Di Indonesia memiliki relevansi sangat kuat dengan minimarket. Hal ini dapat dilihat pada hasil olah artikel dengan menggunakan vosviewer sebagai berikut:



Gambar 2. Posisi penelitian Kemitraan Minimarket dengan UMKM

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa kajian yang paling banyak diteliti adalah tentang UMKM dan memiliki relevansi dengan penelitian tentang mini market, namun posisi tersebut belum dijelaskan secara spesifik keterhubungan dengan konsep kemitraan UMKM dan Minimarket sehingga hal ini menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti keterhubungan bahwa pentingnya kemitraan (Carroll et al., 2005).

B. PEMBAHASAN

Pada akhir tahun 2007 pemerintah melakukan intervensi kebijakan melalui Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pasal 3 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 menyebutkan, bahwa lokasi pendirian toko modern wajib mengacu pada Rencana

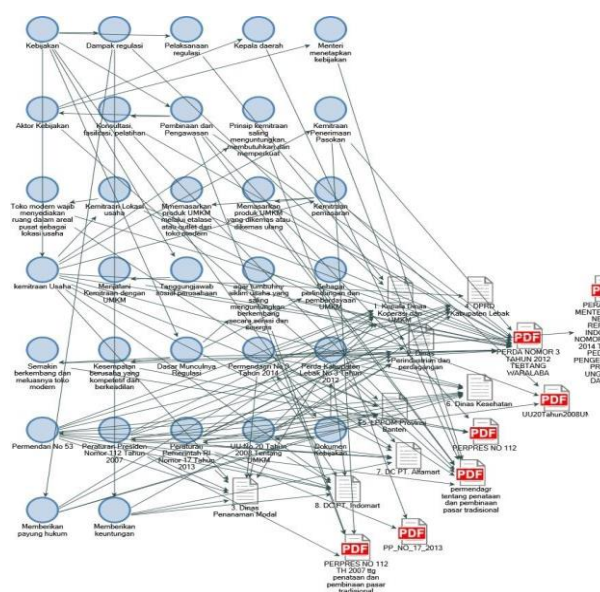
konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya (Rachman, 2018). Dalam pasal 7 tentang kemitraan usaha disebutkan bahwa Minimarket wajib melaksanakan kemitraan dengan UMKM khususnya pedagang kecil eceran sampai dengan radius 100 m dalam bentuk: 1) Memasarkan barang produksi UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (repackaging) dengan merek pemilik barang, minimarket atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang; 2) Menyediakan ruang usaha dalam areal minimarket untuk usaha kecil/pedagang informal; 3) Pendampingan langsung manajemen maupun bantuan sarana usaha bagi pedagang kecil eceran seperti rombongan, rak, atau etalase; 4) Menjadi pemasok barang dagangan bagi pedagang kecil yang ada sekitarnya; 5) Mengutamakan penggunaan tenaga kerja setempat. Dalam hal minimarket menjadi pemasok barang dagangan sebagaimana dimaksud, harga barang dagangan yang dijual di minimarket tidak boleh lebih rendah atau sama dengan harga barang yang dipasok ke pedagang kecil (Rachmaya & Negara, 2011).

Indonesia telah memiliki payung hukum sebagai regulasi kebijakan, hal ini sesuai dengan Kebijakan diperlukan untuk pengembangan perusahaan (Metaxas & Duquenne, 2015). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Quinn, Dunn, McAdam, McKitterick, & Patterson (2014) studi kasus di Irlandia secara teoritik dan praktik kebijakan digunakan program dukungan pangan untuk usaha kecil (mikro) makanan dan dampaknya terhadap pengembangan dan inovasi bisnis. Implementasi program kemitraan publik/swasta dapat memungkinkan usaha mikro untuk mendapatkan manfaat dari bantuan Pemerintah secara kolektif. Kebijakan pemerintah dapat memiliki pengaruh besar pada jenis dan kualitas bisnis yang dibuat di suatu negara atau wilayah (Smallbone & Welter, 2010). Telah dikemukakan bahwa kebijakan usaha kecil harus dirancang untuk membantu perusahaan kecil dalam mengatasi hambatan pertumbuhan (Crichton, 2007; Kaikkonen, 2006) dan kemampuan untuk berinovasi singkatnya, untuk membantu meningkatkan daya saing regional (Bennett, 2008). Berdasarkan analisis telaah dokumen kebijakan dan hasil wawancara dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan hasil pengumpulan data baik data primer dan data sekunder terdapat beberapa temuan, yakni: Kebijakan melalui Kemitraan usaha mampu meningkatkan Perekonomian daerah. Hal ini menunjukkan bahwa Perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan jalan yaitu menjual produknya sebanyak-banyaknya, saat ini berkembang outlet-outlet minimarket bahkan sampai ke pelosok, hal itu sebenarnya tidak menjadi masalah namun karena outlet tadi merupakan perusahaan yang sama sehingga perlu ada aturan untuk menjaga kemaslahatan masyarakat yaitu perusahaan bisa mendapat keuntungan dan masyarakat lain seperti pemilik toko dan pedagang tradisional tidak mati (Warno, 2013). Kehadiran toko modern ini justru memberikan motivasi kepada UMKM untuk dapat berbenah dan mengevaluasi diri dari toko modern.

Gambar 3. Koding Hasil Wawancara

Sumber: Hasil Wawancara, 2023

konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

Kemitraan yang dijalin oleh UMKM dengan toko modern adalah penggunaan lokasi usaha yang disediakan oleh toko modern, kerjasama perdagangan produk lokal dan selain itu keberadaan minimarket ini juga memiliki dampak ekonomi seperti peluang dalam penyerapan tenaga kerja, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Peluang Kemitraan antara UMKM dengan Toko berjejaring sesungguhnya amat luas dan banyak. Hampir setiap peraturan perundangan yang dibahas di muka mengamanatkan kemitraan sebagai solusi untuk mendorong perkembangan UMKM, Pasar Tradisional dan menangkal dampak negatif berkembang pesatnya toko berjejaring. Berbagai pembatasan yang dilakukan Pemerintah terhadap Toko berjejaring pada ujungnya juga selalu menyodorkan kemitraan sebagai jalan tengahnya. Adapun beberapa saran yang disampaikan dalam hal ini yakni:

- 1) Bagi Lembaga Legislatif dan kepala daerah, dalam hal ini komisi yang menanungi kerjasama, penguatan ekonomi UMKM untuk melakukan komunikasi secara kontinu baik kepada pelaku usaha maupun dengan pemerintah daerah, selain itu diperlukan pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan daerah yang berisi bahwa perusahaan wajib bermitra, sehingga keberadaan perusahaan besar dalam hal ini minimarket benar-benar memiliki manfaat bagi ekonomi lokal Kabupaten Lebak.
- 2) Bagi Organisasi Perangkat daerah, untuk mensinergikan program pemerintah baik sosialisasi, penyuluhan, fasilitasi serta informasi yang diberikan dilakukan secara merata, mengingat wilayah Kabupaten Lebak yang luas sehingga dapat terjangkau dan dapat diterima dengan baik.
- 3) Bagi Minimarket, kolaborasi yang sudah berjalan untuk dilakukan secara kontinuitas dan bentuk kepedulian sosial diberikan sesuai dengan kebutuhan pelaku Usaha salah satunya melakukan

pendampingan terutama bagi pelaku usaha yang belum memahami bagaimana UMKM dapat bermitra dengan minimarket.

- 4) Bagi Pelaku usaha, untuk minimarket untuk memberikan komunikasi yakni laporan kepada pemerintah baik kepada lembaga legislative, Dinas UMKM, Dinas perdagangan, dan dinas terkait mengenai kendala atau progress pelaksanaan kemitraan dengan UMKM agar selalu mendapat fasilitasi, pendampingan dari pemerintah sehingga kerjasama usaha tetap berjalan dan berkesinambungan.
- 5) Optimalisasi penggunaan website pada setiap organisasi perangkat daerah, dan pembuatan website khusus kemitraan minimarket dan UMKM yang berisi informasi keberadaan minimarket, syarat-syarat untuk bermitra, minimarket yang membuka kemitraan, dan adanya kolom untuk pengaduan yang transparan dan akuntabel.

REFERENSI

- Agustina, I., & Pradesa, H.A. (2020). Gender Differences in Risk Taking Among Entrepreneurs : Case on Small Medium Enterprise in Malang: English. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 63-72. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.2.2020.63-72>
- Albana, H. (2022). *Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Kecamatan Serang*. UIN SMH Banten : Skripsi.
- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadir*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>
- Arenal, A., Feijoo, C., Moreno, A., Ramos, S.,

konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

- & Armuña, C. (2021). Entrepreneurship Policy Agenda in the European Union: A Text Mining Perspective. *Review of Policy Research*, 38(2), 243-271. <https://doi.org/10.1111/ropr.12416>.
- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(01), 18-29.
- Banjari, A. Al. (2020). *analisis kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada indomaret banjarmasin (Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari)*. Uniska Banjarmasin : Skripsi.
- Bartlett, W. (2001). SME development policies in different stages of transition. *MOCT-MOST: Economic Policy in Transitional Economies*, 11(3), 197-204. Retrieved from <http://www.springerlink.com/index/WJ1488840376027J.pdf>
- Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 31. <https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.783>
- Dimiyati, A. (2018). Kajian Kritis Dampak Kebijakan Izin Usaha Ritel (Minimarket) Terhadap Keberlangsungan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Hukum Responsif Jurnal Hukum*, 05, 23-44. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Responsif/article/view/1110>
- Ghassani, N. (2015). kemitraan pengembangan umkm" (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142-151.
- Hidayati, N., Slamet, A.R., Agustina, I. (2022). Analyzing Gender Differences of Entrepreneurial Intention Among Student in Islamic University Malang. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5 (2), 296-302. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v5i2.1757>
- Ilmawan, K. F. (2015). *Analisa spasial pengaruh keberadaan minimarket waralaba terhadap omzet toko kelontong di kecamatan umbulharjo kota yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Skripsi.
- Kidalov, M. V., & Snider, K. F. (2011). US and European public procurement policies for small and medium-sized enterprises (SME): A comparative perspective. *Business and Politics*, 13(4). <https://doi.org/10.2202/1469-3569.1367>
- Kurniawan, R. (2019). *Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidimpuan*.
- Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Metaxas, T., & Duquenne, M. N. (2015). Development policies and partnerships in Greece: experiences from Thessaloniki. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4(2), 209-233. <https://doi.org/10.1108/JEPP-07-2013-0027>
- Nugroho, A. A. (2016). *dampak perkembangan minimarket terhadap kestabilan ekonomi pedagang di pasar tradisional desa sukorejo kecamatan sukorejo kabupaten kendal tahun 2012-2013*. Universitas PGRI Yogyakarta:Skripsi.
- Nur, M., & Hasang, I. (2019). Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di KotaParepare. *Journal of Management & Business*, 2(2), 263-279. journal.stieamkop.ac.id/seiko
- Otniel Handityasa P Dkk. (2018). Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Peraturan Izin Usaha. *Journa Universitas Diponegoro*, 18.

konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern. *Nuclear Instruments and Methods*, 164(2), 255–265.
- Puspitasari, A. S., & Novira, A. (2022). Evaluation of Deconcentration Funds in the Regional Development Planning Agency (Bappeda) Central Java Province. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(2), 108–118. doi.org/10.30741/assets.v6i2.879.
- Rachman, T. (2018). implementasi kebijakan zonasi minimarket di kecamatan subang kabupaten subang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., I(1), 10–27.
- Rachmaya, V., & Negara, I. A. (2011). implementasi kebijakan kemitraan usaha pada peraturan bupati kabupaten sidoarjo (Studi Kasus Di Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo). 1–13.
- Rahman, A., Nugroho, A.B., Tindaon, S.S., Wijayanti, R. (2020). Advokasi Model Pemanfaatan E-commerce Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM. *SeTIA MENGABDI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2), 63 – 69.
- Setyawati, I. (2009). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dalam Perekonomian Nasional. *Majalah Ilmiah Widya*, 26(288), 50–57.
- Wijayanti, R., Taufik, N.I. (2022). The Role of Village Funds to Improve Community Welfare: A Study in West Bandung Regency. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development (IJEED)*, 5 (1), 155-163. https://doi.org/10.29138/ijebd.v5i1.1641
- Wijayanti, R., Ravenska, N., & Nugroho, A. (2022). Business Model Innovation with Design Thinking Approach at Bumdes Pagerwangi. *Proceedings of the Third International Conference Administration Science, ICAS 2021*. https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315259
- Yang, A. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 15, 128–142. Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.