



Pemahaman Laba, Risiko, dan Strategi Kelangsungan Warung Kelontong Menghadapi Minimarket di Selabintana, Sukabumi

Toufik Hidayat^{1*}, Khairul Shaleh²

¹Magister Akuntansi, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Widyatama, Indonesia

*Penulis Korespondensi: toufik.hidayat@widyatama.ac.id

Abstract. *Minimarkets are growing rapidly in Indonesia, especially in the Selabintana area of Sukabumi Regency. This study aims to reveal the experiences of grocery store owners in Selabintana regarding competition with nearby minimarkets. The method uses a qualitative phenomenological approach, involving 7 participants as sources of information that were specifically selected and relevant. The results of the study show that shop owners understand minimarkets, wholesalers and new shops as their competitors. The shop owner understands that there are 5 elements that are related to the continuity of his business. Business competition is understood to give rise to financial risks such as decreased turnover, and policy risks such as bad customer receivables. Because of the risk, profit is understood as a means of survival, fulfilling family needs, and carrying out religious values. Maintaining profits is understood as implementing strategies such as stabilizing prices, retail sales, and product variety. The results of the strategy are understood to determine whether the shop is busy or quiet with customers, from the condition of customer visits is understood as determining the decision to maintain or close the business continuity, and the role of devotion to parents as one of the determinants of business continuity. This research makes an important contribution to informal accounting because it discusses the phenomenon of business competition experienced by grocery store owners with understanding, values, and meaning.*

Keywords: *meaning of profit; business risk, business strategy; business continuity decisions; grocery store.*

Abstrak. Minimarket berkembang pesat di Indonesia, khususnya di kawasan Selabintana Kabupaten Sukabumi. Penelitian ini untuk mengungkap pengalaman pemilik warung kelontong di Selabintana tentang persaingan dengan minimarket terdekat. Metode menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, melibatkan 7 partisipan sebagai sumber informasi yang dipilih secara khusus dan relevan. Hasil penelitian bahwa pemilik warung memahami minimarket, grosir, dan warung baru sebagai pesaing mereka. Pemilik warung memahami adanya 5 unsur keterkaitan kelangsungan usahanya. Persaingan usaha dipahami menimbulkan risiko finansial seperti penurunan omzet, dan risiko kebijakan seperti piutang pelanggan macet. Karena adanya risiko, maka laba dipahami sebagai sarana bertahan hidup, memenuhi kebutuhan keluarga, dan menjalankan nilai ibadah. Dalam mempertahankan laba dipahami dengan menjalankan strategi seperti menstabilkan harga, penjualan eceran, dan variasi produk. Hasil dari strategi dipahami kondisi warung ramai atau sepi pelanggan, dari kondisi kunjungan pelanggan dipahami sebagai penentuan keputusan kelangsungan usaha untuk dipertahankan atau ditutup, dan adanya peran pengabdian kepada orang tua sebagai salah satu penentu kelangsungan usaha. Penelitian ini berkontribusi penting untuk akuntansi informal karena membahas fenomena persaingan usaha yang dialami pemilik warung kelontong dengan pemahaman, nilai, dan pemaknaan.

Kata kunci: makna laba; risiko usaha, strategi usaha; keputusan kelangsungan usaha; warung kelontong.

1. LATAR BELAKANG

Banyak orang pergi belanja ke minimarket, karena faktor lokasi toko yang strategis berada di tengah tengah lingkungan pemukiman dengan jam buka dari pagi sampai malam bahkan ada yang buka 24 jam, hal ini menjadikannya daya tarik tersendiri bagi orang untuk belanja memenuhi kebutuhan pribadi dan rumah tangganya, memudahkan kapan saja orang untuk membeli snack, minuman dan kebutuhan pokok seperti beras, gula, minyak goreng dan bahan pokok lainnya. Berubahnya pola belanja seseorang atau masyarakat umumnya menunjukkan bahwa adanya minimarket bukan hanya sebatas sebuah entitas ekonomi tetapi sebagai pengubah gaya hidup yang meresap sampai ke pelosok desa yang salah satunya yaitu Kawasan Selabintana, Kabupaten Sukabumi.

Bermodalkan halaman rumah dengan ukuran yang beragam, uang yang terbatas untuk digunakan sebagai modal awal, mengandalkan tenaga pemilik dan anggota keluarga untuk menjalankan usaha, ini merupakan ciri utama pendirian warung kelontong. Para pemilik warung kelontong biasanya tidak berlatar belakang pendidikan formal dibidang akuntansi, manajemen ataupun pemasaran, pengelolaan yang cenderung atas pemahaman sendiri dan sederhana tanpa pencatatan yang sistematis dan rapi. Tetapi dengan kehadiran mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar dan menjadi salah satu penggerak ekonomi skala kecil.

Meskipun warung kelontong ukuran bangunannya kecil, namun dari aspek sosial mempunyai peran cukup besar di masyarakat. Pemilik warung kelontong memberikan kemudahan-kemudahan kepada pelangganya seperti pembelian barang dengan takaran atau eceran sesuai kebutuhan, memberikan hutang dengan tempo pembayaran atau hutang lunas dapat mengambil barang kembali. Praktik ini bagi masyarakat yang berpenghasilan kecil sangatlah membantu. Para pemilik warung kelontong adalah warga lokal turun temurun hidup dilingkungan itu sejak lama sehingga sangatlah memahami kebiasaan dan mengetahui berapa rata-rata penghasilan masyarakat sekitar.

Berkembangnya minimarket di Selabintana menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi warung kelontong. Dinamika persaingan yang semakin kompleks tidak bisa dihindari, pemahaman munculnya risiko, pemahaman tentang keuntungan bukan sebagai literatur akuntansi umum, pemahaman strategi yang terbaik supaya keberlangsungan warung tetap terjaga.

Berdasarkan pendahuluan, kebaruan dalam penelitian ini yakni pendekatan menggunakan kualitatif fenomenologi untuk menggali pengalaman pemilik warung kelontong dengan konteks penelitian secara spesifik menghadapi persaingan minimarket, berbeda dengan penelitian UMKM kuliner, UMKM umum, atau UMKM pada era pandemi. Warung kelontong memiliki karakteristik unik sebagai ritel tradisional paling dasar yang langsung berhadapan dengan minimarket moderen. Dalam penelitian sebelumnya di sektor UMKM lebih dominan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel dan hubungan sebab-akibat. Penelitian ini menggali pemahaman dari pemilik warung kelontong tentang saling keterkaitan diantara 5 unsur yakni persaingan usaha, risiko, pemaknaan laba, strategi, dan kelangsungan usaha. Pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti menggali pengalaman pemilik warung kelontong terutama unsur laba dimaknai secara mendalam dan dipahami, bukan sebagai variabel yang diukur secara bilangan sehingga kebaruan memberikan kontribusi pada

pengembangan teori akuntansi perilaku dalam konteks UMKM tradisional. Lokasi penelitian berada di Selabintana, Kabupaten Sukabumi.

2. KAJIAN TEORITIS

Marbun (2003) persaingan usaha adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh dua kelompok atau lebih untuk menarik pelanggan agar memesan barang yang ditawarkan sesuai jenis barang dan besaran harga yang nantinya diperoleh keuntungan (Ayu Rizkia & Rahmawati, 2021).

Djojo Soedarso (2004) manajemen risiko adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengidentifikasi risiko supaya dampak yang disebabkan dapat dikendalikan seperti dihindari, dimitigasi atau ditekan terutama yang dihadapi oleh keluarga, masyarakat dan organisasi (Akuntansi et al., 2023).

Max Weber (1864-1922) sosiologi sebagai ilmu yang berusaha memahami tindakan sosial. Ada empat tindakan sosial yakni tindakan rasional instrumental yang dapat dilihat dalam sistem impersonal di pasar dengan aktivitas perdagangan menggunakan alat bantu mesin atau media online. Tindakan rasional berorientasi nilai contoh seseorang memberikan makanan kepada fakir miskin, dalam tindakan ini orang meyakini dengan tindakan yang dilakukan membesarkan hati, diterimanya doa oleh Allah Swt. Tindakan non rasional tradisional, orang melakukan sesuatu karena tradisi atau budaya turun temurun. Contoh mudik di hari raya iedul fitri tanpa harus mengukur untung rugi semata-mata ingin bersilaturahmi dengan keluarga. Tindakan non rasional afektif, yaitu tindakan yang didominasi perasaan tanpa terlalu banyak rasional. Contoh menolong orang yang kecelakaan, tanpa mengukur untung rugi seseorang langsung bertindak karena kemanusiaan (Raho, 2021).

Giddens (1994) mengembangkan sebuah penafsiran dimasyarakat yang didasarkan pada fenomenologi dan hermeneutik, menurutnya fenomenologi memanfaatkan gagasan tentang pentingnya kesadaran individu di dalam upaya untuk mengembangkan sebuah pandangan hidup, sedangkan hermeneutik memberikan pesan tentang struktur bahasa sebagai dasar untuk memahami struktur masyarakat, jika makna adalah sebuah konstruksi moral yang terdiri dari unsur unsur norma, maka struktur bahasa adalah media yang mewadahi makna tersebut (Rohman, 2022).

Harahap (2016) setiap orang yang melakukan kegiatan transaksi jual beli karena faktor ekonomis dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Sedangkan laba dapat diartikan sebuah nilai selisih setelah penghasilan dikurangi biaya biaya (Nurasik et al., 2023).

Michael A. Porter (1980) bahwa ada tiga pendekatan dasar untuk membantu perusahaan membangun keunggulan kompetitif dalam memenangkan pasar. Pertama menjadi produsen rendah biaya dalam menghasilkan barang dan jasa. Kedua Perusahaan harus membuat produk yang dibutuhkan konsumen dan berbeda dengan pesaing. Ketiga memasarkan produk ke pasar yang lebih sempit, dalam artian melayani sebagian kecil segmen pasar dan tidak melayani segmen pasar luas (Yusuf et al., 2020).

Stoner (1996) umumnya orang beranggapan bahwa perencanaan harus mendahului keputusan, tetapi Stoner berbeda pendapat tidak mungkin seseorang dapat membuat perencanaan yang efektif tanpa terlebih dahulu membuat keputusan, sehingga urutan manajerial menurut Stoner didahulukan keputusan kemudian dilanjutkan perencanaan (M. Asnawi, S.E., Sri Wahyuni, S.Kom., & Rafiqah yusna Siregar, S.I.Kom., 2024).

Wernerfelt (1984) dalam teori RBV menjelaskan bahwa pentingnya sumber daya internal organisasi akan mendorong terciptanya keberhasilan suatu perusahaan, hal ini tergantung pengelolaan perusahaan dalam memaksimalkan segala potensi yang ada secara efektif (Ayem & Hernindya, 2025).

Penelitian terdahulu tentang keberadaan minimarket yang dampaknya dirasakan toko kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura telah diteliti oleh (Muhzinat & Achiria, 2019) hasilnya ditemukan bahwa pedagang toko kelontong berpersepsi kehilangan konsumen dan pendapatan menurun, akan tetapi tidak menyurutkan para pedagang untuk menjalankan usahanya dan siap bersaing dengan menjual kebutuhan pokok yang tidak tersedia di minimarket. Penelitian lainnya mengungkapkan kehadiran mini market terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Dompu telah diteliti (2, 2025) penelitian menunjukkan bahwa kehadiran minimarket di Kecamatan Dompu berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM sebanyak 70% persen responden menyatakan penurunan omset, khususnya sektor warung sembako. Temuan penelitian ini untuk mendorong kebijakan perlindungan dan pemberdayaan UMKM di wilayah berkembang.

Penelitian terdahulu tentang analisis manajemen risiko terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Banjarmasin telah diteliti oleh (Alfida Aziz, Pangestuti, & Hidayati, 2024) penelitian menunjukkan indentifikasi dan analisis risiko didapatkan 5 risiko yang dihadapi UMKM yaitu Risiko Modal, Risiko SDM, Risiko Bahan Baku, Risiko Operasional, Risiko Peralatan. Penelitian lainnya yaitu analisis manajemen risiko pada usaha UMKM “Usaha Parembai Industri” di Kota Pinrang telah diteliti oleh (Inna et al., 2024) penelitian ini menganalisis risiko pemasaran, risiko produk, dan risiko keuangan. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah awal yang perlu dipahami UMKM berupa kesadaran dan

pemahaman terhadap risiko yang akan muncul, ini melibatkan indentifikasi dan evaluasi risiko potensial semua aspek.

Penelitian terdahulu bahwa makna laba bagi pelaku UMKM di Kota Blitar telah diteliti oleh (Rohmatunnisa, 2024) hasil penelitian memberikan makna bahwa tidak selalu hanya berupa keuntungan yang besar, namun dapat perputaran modal untuk produksi berikutnya, kemudian laba dipicu oleh semangat pengusaha untuk lebih mengembangkan usahanya dengan mengedepankan konsumen dalam setiap pesanan. Peneliti lainnya makna laba pedagang sayur keliling laki-laki dalam perspektif nilai spritual telah diteliti oleh (Akuntansi et al., 2023) temuan dari penelitian ini menyebutkan laba dimaknai sebagai materi yaitu membangun rumah dan memenuhi kebutuhan keluarga, kemudian laba dengan nilai spritual dengan tidak menarifkan terlalu banyak demi kelancaran dagangan dengan meningkat karena ibadah yang dapat mengantarkan pada kesuksesan yang tidak terduga, dan laba sebagai bentuk rasa sosial dapat membantu mempermudah ibu ibu maupun mahasiswa mendapatkan bahan masakan sekaligus memberikan jalan peluang rezeki.

Penelitian terdahulu tentang strategi bertahannya warung kelontong dalam gempuran market modern telah diteliti oleh (Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, & Reefadhinta Novta Amelia, 2023) hasil dari penelitian bahwa warung kelontong perlu meningkatkan strategi pemasaran berupa menjalin hubungan baik dengan pelanggan salah satunya menjaga image warung dan standarisasi pelayanan, memanfaatkan bantuan KUR untuk memperbaiki kekurangan toko, serta memperluas jaringan pasokan barang yang lebih murah. Peneliti lainnya tentang pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian barang di warung kelontong kennan Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta telah diteliti oleh (Pembelian et al., 2026) hasil penelitian bahwa harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Kelontong Kennan. Peneliti lainnya.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh karaktersitik, lingkungan eksternal dan strategi bertahan dan strategi bertahan dalam menjaga kelangsungan usaha di musim pandemi covid-19 telah diteliti oleh (Dwiastanti & Mustapa, 2020) hasil penelitian bahwa menunjukkan hubungan secara parsial dan simultan antara karakteristik individu, lingkungan eksternal dan strategi bertahan UMKM dalam menjaga keberlangsungan usaha, dimana karakteristik wirausaha merupakan variabel dominan mempengaruhi keberlangsungan usaha. Hasil penelitian ini lebih memberikan rekomendasi perlunya meneguhkan bakat dan minat dan keyakinan pelaku wirausaha terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi dengan ketekunan dan kerja keras yang nyata. Peneliti lainnya tentang pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM Jatisari, Wonogiri telah diteliti oleh (Widiyanti Rocmi,

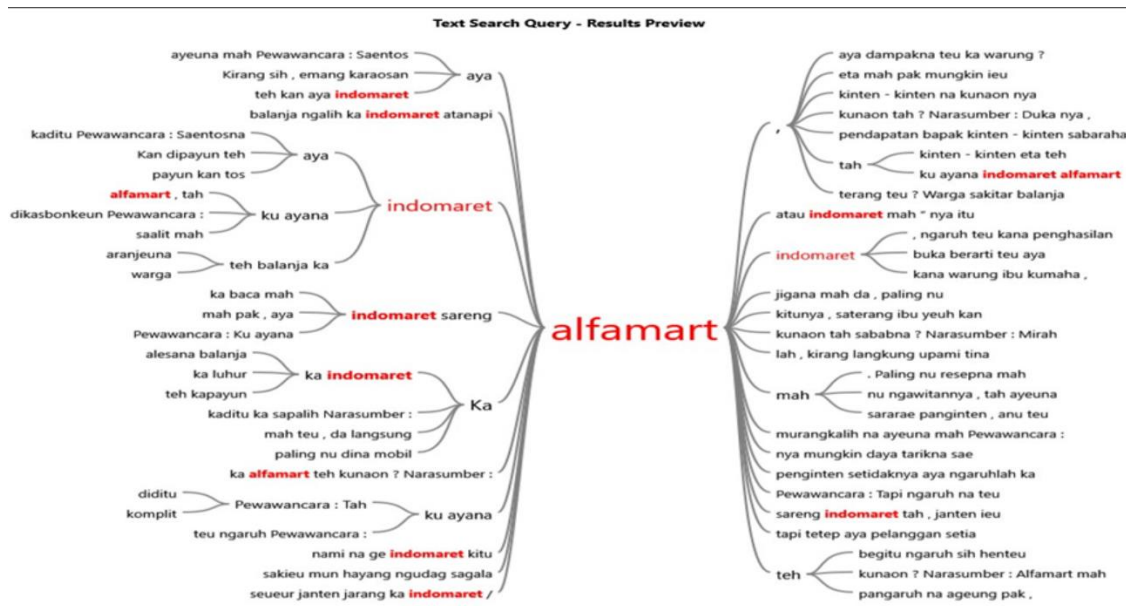
Damayanti Ratna, & Marwanti Fithria, 2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa financial literacy memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan usaha 28,9%. Hal ini penting bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki UMKM di Jatisari penting dalam keberlangsungan usahanya.

Berdasarkan teori para ahli serta penelitian sebelumnya memberikan inspirasi bagi peneliti untuk memberikan kontribusi yang belum ada sebelumnya yaitu membahas sektor UMKM jenis usaha warung kelontong dengan menggali pemahaman pemilik warung kelontong tradisional yang menghadapi berkembangnya minimarket, sehingga dipahami mereka adanya risiko, penafsiran laba yang bermacam-macam dengan tidak menggunakan perhitungan akuntansi formal, memahami strategi usaha yang dijalankan, memahami kondisi warung ramai atau sepi, dan memahami akan keputusan pemilik warung untuk kelangsungan usahanya dipertahankan atau ditutup, dan pembahasan mengenai pemahaman keterkaitan 5 unsur utama oleh pemilik warung serta lokasi penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi John W. Creswell yaitu fokus terhadap pengalaman hidup partisipan. Prosedur penelitian melalui tiga tahapan. Kesatu yaitu jurnal epoche berupa lembaran penelitian yang menggambarkan bahwa peneliti diposisi netral, menahan diri untuk berprespektif, dan mengutarakan pengetahuan yang dimiliki tentang fenomena yang akan diteliti. Kedua yaitu horisontalisasi merupakan pertanyaan dan jawaban yang disusun dari atas kebawah dengan cara diinverasisasi pernyataan pernyataan yang terkungkap. Ketiga yaitu clusterring berupa pernyataan pernyataan pada horizontal dimasukan kedalam lima kelompok tema penelitian yakni persaingan, risiko, makna laba, strategi usaha dan kelangsungan usaha.

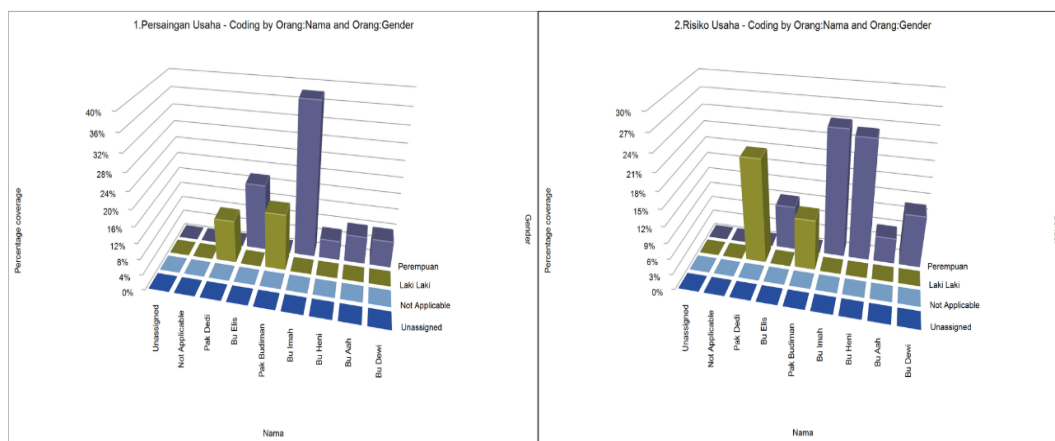
Wawancara kepada masing-masing partisipan selama 30 menit dengan direkam menggunakan smartphone menjadi modal awal data untuk selanjutnya audio diolah menjadi teks. Teks hasil partisipan kemudian dibaca dan dicocokkan berulang berulang dengan konsep teori dan penelitian sebelumnya. Kemudian file teks diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi Nvivo 12 untuk mendapatkan konsep, kategori, dan indentifikasi tema.

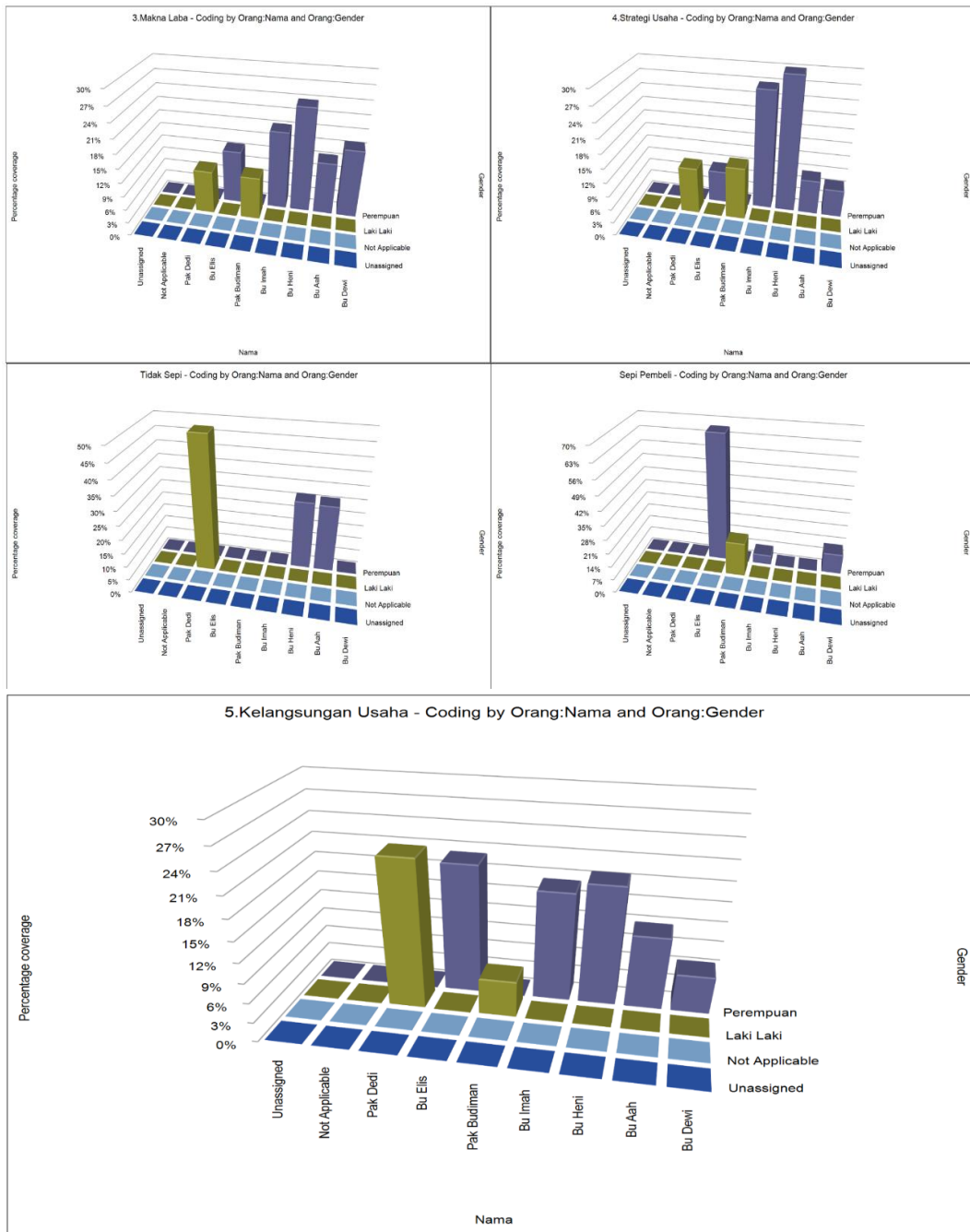


Gambar.2 penggunaan kata “alfamart dan indomaret” pada word tree

Dari visualisasi word tree, peneliti memperoleh informasi bahwa dengan adanya alfamart dan indomaret menimbulkan pesaing baru bagi usaha warung kelontong warga sekitar, yang berdampak pada pindahnya pelanggan dan menurunkan omzet yang didapatkan.

Berdasarkan visualisasi pada word tree dengan dominan kata “alfamart dan indomaret” dipahami menciptakan persaingan usaha bagi warung kelontong, dan peneliti meneruskan menggunakan fungsi nodes pada NVivo untuk mengklasifikasikan transkrip percakapan tentang persaingan usaha, risiko usaha, pemaknaan laba, strategi yang digunakan, capaian hasil ramai atau sepi pembeli, dan keputusan kelangsungan usaha mempertahankan atau menutup.





Gambar.3 Tema-tema koding hasil dari informasi partisipan

Selanjutnya untuk mengetahui keterkaitan pemahaman setiap tema dari informasi partisipan yang sudah diklasifikasikan kedalam codes nodes NVivo 12 menggunakan fungsi codes relationships. Ungkapan partisipan tentang pemahaman pesaing mereka dapat dilihat pada Gambar.4 yaitu adanya minimarket, warung kelontong baru, dan grosir.

Persaingan usaha dengan alfamart dan indomaret diungkapkan oleh semua partisipan, peneliti memilih satu partisipan yang prosentasenya tinggi yaitu Bapak Dedi:

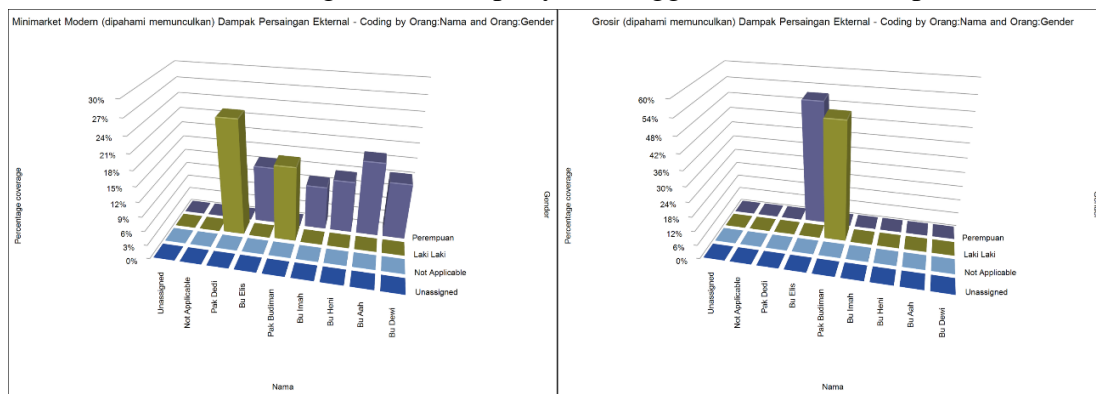
“Ka alfamart, eta mah pak mungkin ieu nya daya tarikna, merenan nami na ge indomaret kitu alfamart nya mungkin daya tarikna sae kitu, terjaminlah makanan kumaha teu

kana debu kitukan” (Ke alfarmart dan indomaret kemungkinan daya tariknya bagus, terjamin makanan tidak kena debu).

Selanjutnya persaingan usaha dengan warung kelontong baru dan grosir hanya diungkapkan oleh dua partisipan, peneliti memilih ungkapan prosentase yang tinggi yaitu Bapak Budiman:

“Seueur warung ayeuna mah, sadayana ngawarung, warung teh ieu eta palih ditu hiji, mun tilu kapungkur mah ayeuna mah geus teu ka eta pengker-penger oge warung” (sekarang banyak warung, semua membuka warung, di belakang warung ini ada warung baru juga).

Menurut Bapak Dedi minimarket punya daya tarik seperti makanan tidak kena debu dan menurut Bapak Budiman sekarang banyak yang buka warung, sampai ke dalam gang. Ungkapan dari dua partisipan sesuai dengan Marbun (2023) persaingan usaha tidak bisa dihindari dan dari masing-masing usaha mempunyai keunggulan untuk mendapatkan keuntungan.



Gambar.4 Codes relationships menerangkan informasi pesaing partisipan

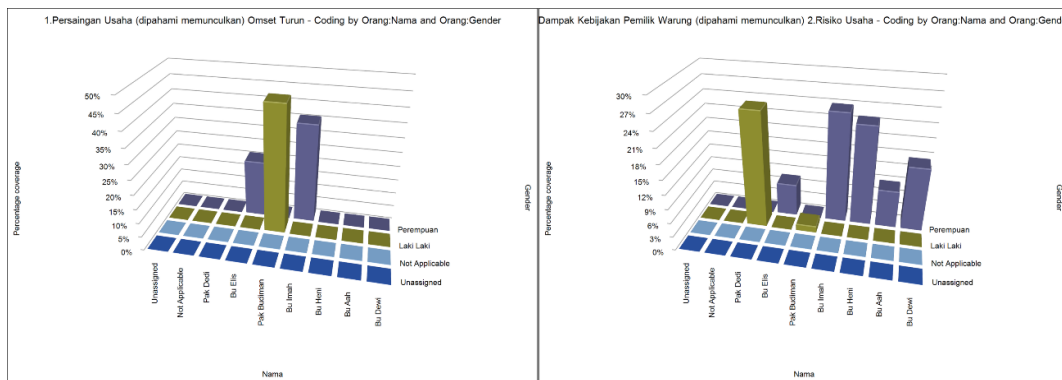
Pemahaman munculnya risiko usaha karena adanya persaingan usaha dapat dilihat pada Gambar.5, yaitu faktor eksternal adanya minimarket, warung baru, dan grosir, dan faktor internal yang disebabkan oleh kebijakan pemilik warung. Risiko usaha berupa omzet turun dipahami karena faktor eksternal, diungkapkan oleh tiga partisipan dan Bapak Budiman dipilih peneliti karena prosentasenya tinggi:

“Ieu mah da kapungkur mah komplit warung teh, nya ayeuna janten sigana teh saparo na ge langkung tina beras weh kapungkur mah samiungguan teh kiateun 20 karung, ayeuna paling 4 ge tos sae eta oge ku warung padang sakitu teh dibantos, warga tos jarang da seueur saingan, agen beras caket nu khusus kana beras khusus kana telur” (dulu warung ini komplit sekarang sudah mencapai setengahnya hilang, dulu stok beras mencapai 20 karung dalam seminggu, kini 4 karung dalam seminggu sudah bagus itupun dibeli rumah makan padang, warga jarang belanja karena banyak saingan, ada kios beras dan kios telur khusus).

Piutang macet dipahami karena faktor kebijakan internal merupakan risiko usaha, hal ini diungkapkan oleh semua partisipan dan peneliti memilih ungkapan Ibu Imah karena prosentasenya tinggi:

“Bagi abdi mah, saur abdi ieu mah nya, pendapat abdi rugel, sanes untung ka urang, bati teh senah 1000 rupiah eh 100 rupiah pak, pan tina 900 rupiah teh pan dijual teh 1000, tah eta teh pan can tina buku weh nambleg, jadi abdi mah teu ngabonkeun kitu. Bangunan mah dianjukeun soalna lamun dianjukeun mah otomatis pan seueur batur milaraan teh dianjukeun” (karena selisih yang diambil hanya sedikit dari 1000rupiah yang diambil hanya 100rupiah dari barang yang dibeli 900rupiah, jadi tidak ada barang yang di hutangkan, apabila di hutangkan nanti kuatir macet).

Menurut Bapak Budiman sekarang banyak warung yang berjualan khusus barang pokok seperti kios beras dan kios telur dan Ibu Imah selisih yang dijual dari pembelian hanya sedikit, dan apabila pelanggan diberi piutang kuatir pembayarannya macet, sehingga Ibu Imah daripada memberikan piutang lebih baik barang dijual tidak mahal atau terjangkau. Ungkapan tersebut sesuai dengan teori manajemen risiko Djojo Soedarso (2004) mengidentifikasi risiko yang akan muncul, seperti tidak diberikannya kasbon karena dikhwatairkan macet dalam pembayaran.

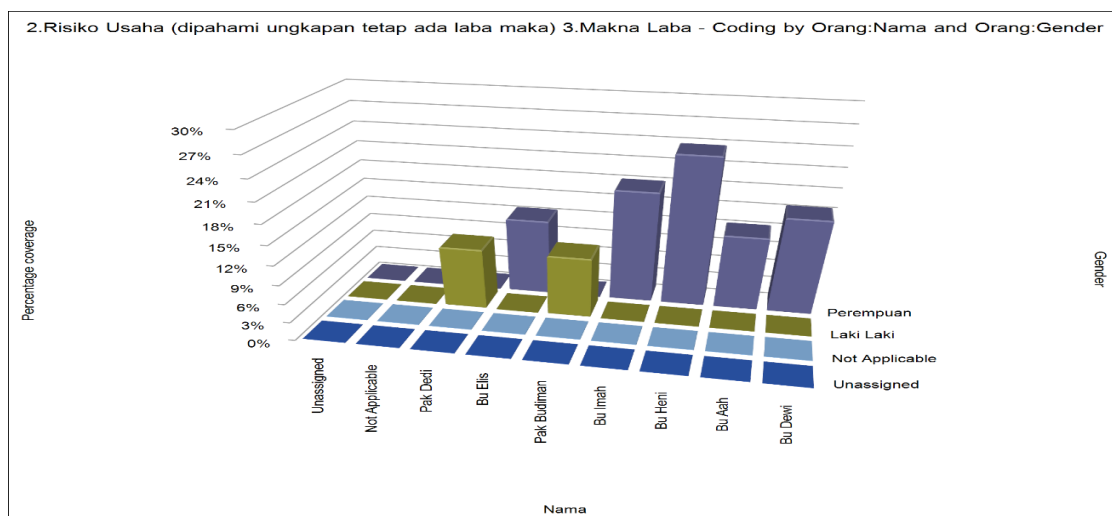


Gambar.5 Codes relationships menerangkan informasi risiko usaha partisipan

Ungkapan partisipan ketika adanya risiko usaha kemudian diungkapkan tetap ada keuntungan, maka pemaknaan laba dapat diartikan bermacam-macam, dapat dilihat pada Gambar.6, dan semua partisipan memberikan penafsiran masing masing, dimaknai sebagai kecukupan kebutuhan sehari-hari, dimaknai sebagai rezeki, dimaknai sebagai perputaran modal, dimaknai sebagai menghidupi orangtua, dimaknai sebagai mata pencaharian utama, dimaknai sebagai jalan untuk ibadah, dimaknai sebagai aset masa depan. Peneliti memilih Ibu Heni karena prosentasenya tinggi:

“Sok sugema weh atoh kitu kekengengan teh alhamdulillah,tos karaos pak kitu, alhamdulillah mam cekap kitu ieu weh kitu bapak raos we gitu,Abdi mah sok di ieu weh diangge pan, pake nyicil ieu kitu tah nu sapaalih na dicicil kitu dianggo nyicil, anu ieu weh keperiyogian. Rezeki saur abdi mah da enya pan, eta teh rezeki, teu sangkung na aya saalit oge, kitu eta teh rezeki kitu we, alhamdulillah bapak da ari nya, zakat nya wajib, kitu terus masihan saalit oge aya kitu nya sok nya emut, teras ka wargi anu teu ieu mah aya di kampung, kitu saalit-saalit oge osok nya nyimpen saalit-saalit panginten aya, sakalieun ari nuju teu damang mah kitu tara, kantos tumat tamut kitu tos icalan mah kitu damang teh, aya kan borobat saalit-saalit wae mah, kitu” (merasa puas dengan yang didapatkan, sebagai rezeki, dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti makan,dapat memperluas bangunan warung,dapat membayar zakat, dapat bersedekah uang kepada keluarga terdekat, dapat membiaya berobat).

Menurut Ibu Heni puas dengan yang didapatkan, semua adalah rezeki, kebutuhan sehari-hari tercukupi untuk makan bahkan untuk biaya berobat, mampu membayar zakat, dan memberikan uang kepada keluarga terdekat. Ungkapan ini berbeda dengan teori umum akuntansi Harahap (2016) yang mengartikan laba selisih dari perhitungan penghasilan dikurangi biaya biaya, tetapi ungkapan ini sama dengan teori sosiologi Max Weber (1864-1922) bahwa tindakan sosial berorientasi nilai dan teori Giddens (1994) makna adalah sebuah konstruksi moral yang terdiri dari unsur unsur norma, sehingga kesadaran individu mengembangkan sebuah pandangan hidup, dan Ibu Heni mempunyai pandangan bahwa laba diartikan sebagai kecukupan hidup, mensyukuri yang telah diberikan Allah Swt, segala sesuatunya dari sudut pandang kecukupan bentuk kendali diri yang membawa ketenangan batin.



Gambar.6 Codes relationships menerangkan informasi pemaknaan laba partisipan

Ungkapan partisipan dengan pemaknaan laba, maka agar laba tetap dipertahankan dipahami pemilik warung dengan membuat strategi usaha yang dapat dilihat pada Gambar.7. Ungkapan strategi usaha oleh partisipan, peneliti ambil dari ungkapan seluruh partisipan

Ungkapan Bapak Dedi : “ Sabetulna mah pak, aya indomaret sareng alfamart henteu begitu ngaruh sih pak, soalna kunaon hargina lebih mahal nya rokok oge da teu tiasa diecer janten deui mahal ” (sebenarnya dengan adanya indomaret dan alfamart tidak terlalu berpengaruh, warung menjual rokok dengan eceran sehingga pelanggan bila belanja ke sana dianggapnya mahal).

Ungkapan Bapak Budiman : “ Aya wae sih nu kasbon mah, tukang dagang tukang bangunan, teu dipasih kumaha, Nya upami ngetang ieu mah sih rugel pak, margi kanggo balanja teh kedah double ayeuna mah nembe saminggu bayar harga masih harga biasa teu wantun naekkeun lah, harga biasa weh lah “ (ada saja yang kasbon seperti tukang dagang, tukang bangunan, kalau tidak dikasih kasihan, kalau di hitung rugi pasti rugi, tapi mereka suka bayar rutin seminggu sekali, tapi harga daganganpun tidak berani dinaikan, harga normal saja)

Ungkapan Ibu Elis : “ upami ieu mah rada rame upami hayam mah muhun eta mah pami ieu mah warung sepi weh teu aya nyepeng acan paling ge 10 ribu eta teh, eta oge nu meser cai “ (kalau jualan ayam ramai, tapi warung utama tetap sepi, ini warung baru dapat 10 ribu karena ada yang beli air minum)

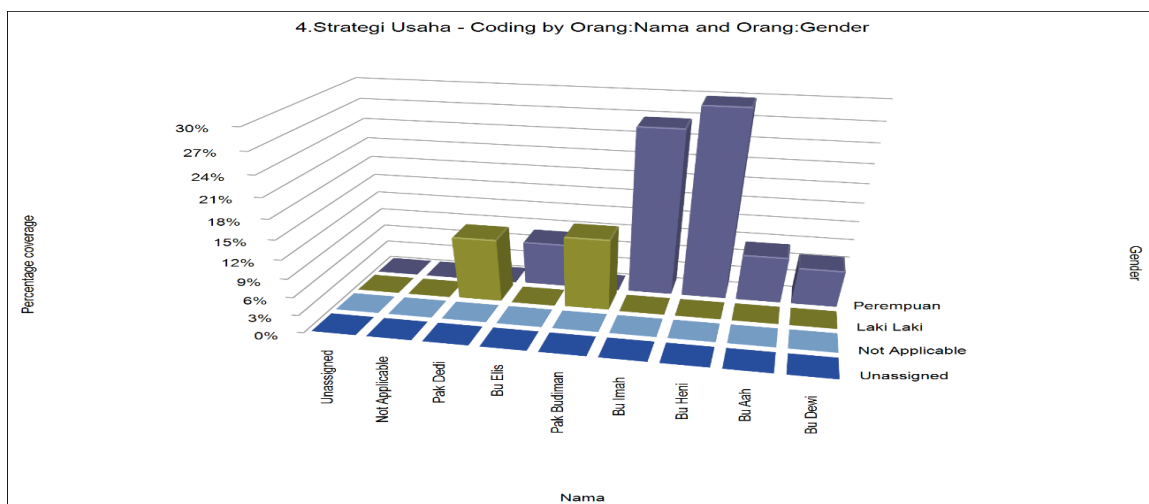
Ungkapan Ibu Heni : “ Nya asok asok bapak kajeun abi mah kajeun sa sirop sa botol ewang sirop, meser kue, kadang-kadang eta ngadamel tea ning telur gabus aya naon di pasihan sakeler-sakeler sareng minuman aya eta na mah sok ngadamel pasihkeun ka tatanggi ge “ (hadiah lebaran meskipun satu botol sirup, kue, terkadang membuat telur gabus dikemas dalam toples diberikan kepada pelanggan tetangga)

Ungkapan Ibu Imah : “ Intina mah nya lamun ka pelanggan ulah judes, ulah beda di mulut beda di mata, soalna pan pelanggan mah dina eta mah bagaikan raja kitu urang mah bagian pelayan weh tah kitu “ (intinya kepada pelanggan harus ramah, jangan sampai apa yang ucapkan beda dengan tatapan mata, karena pelanggan seperti raja, saya sebagai pelayan mereka)

Ungkapan Ibu Aah : “ Saalit ewang weh, ari ngical mah kitu-kitu keneh weh dan kumaha dinaikkeun moal pajeng, enggal saalit-saalit weh meren, saalit ewang “ (cara berjualan kalau barang dinaikan tidak akan laku, lebih baik mengambil selisih sedikit)

Ungkapan Ibu Dewi : “ Dinaikkeun deui, upami ti grosir naek, naek keun deui, sok ngawartosan pan barang ini naik kitu, Teu sawiyos da dipasih terang, terangeun kitu “ (pelanggan diberi tahu apabila dari Grosir naik, supaya memahami)

Menurut Bapak Dedi mempunyai strategi menjual rokok dengan di ecer, hal ini tidak ada dalam sistem penjualan di minamarket, sehingga pelanggan beranggapan membeli rokok di minimarket jauh lebih mahal. Menurut Bapak Budiman mempunyai strategi pemberian piutang dengan tempo satu minggu dibayar, dan menstabilkan harga. Menurut Ibu Elis dengan membuat produk tambahan yaitu berjualan ayam, sehingga yang membeli ayam sekaligus membeli air minum ke warungnya. Menurut Ibu Heni setahun sekali sebelum lebaran pelanggan tetangga diberikan hadiah berupa satu botol sirup dan kue-kue. Menurut Ibu Imah pelanggan diibaratkan raja, sehingga harus dilayani dengan baik dan ramah. Menurut Ibu Aah dalam mengambil selisih dari penjualan barang tidak perlu banyak-banyak. Menurut Ibu Dewi harus jujur ketika barang naik, pelanggan diberi pemahaman bahwa dari grosirnya sudah naik. Ungkapan ini sesuai dengan teori persaingan usaha Michael A. Porter (1980) bahwa perusahaan harus membuat produk yang dibutuhkan konsumen dan berbeda dengan pesaing, hal ini sudah dilakukan oleh Bapak Dedi, Bapak Budiman, Ibu Elis, Ibu Heni, Ibu Imah, Ibu Aah, dan Ibu Dewi.



Gambar.7 Codes relationships menerangkan informasi strategi usaha

Selanjutnya setelah dijalankannya strategi dipahami oleh pemilik warung bahwa kondisinya ramai atau sepi yang dapat dilihat pada Gambar.8. Mengenai kondisi warung ramai diungkapkan oleh tiga partisipan dan peneliti mengambil dua ungkapan partisipan

Bapak Dedi :“Sabetulna mah pak, aya indomaret sareng alfamart teh begitu ngaruh sih henteu pak, soalna kunaon soalna hargina lebih mahal, nya rokok oge da teu tiasa diecer janten deui mahal “(sebenarnya dengan adanya indomaret dan alfamart tidak terlalu berpengaruh, warung menjual rokok dengan eceran sehingga pelanggan bila belanja ke sana dianggapnya mahal). Ibu Heni :“Ku ayana alfamart indomaret buka teu ngaruh da kana pendapat “(dengan adanya alfamart indomaret tidak berpengaruh terhadap omset), Ibu Aah “ ku ayana alfamart

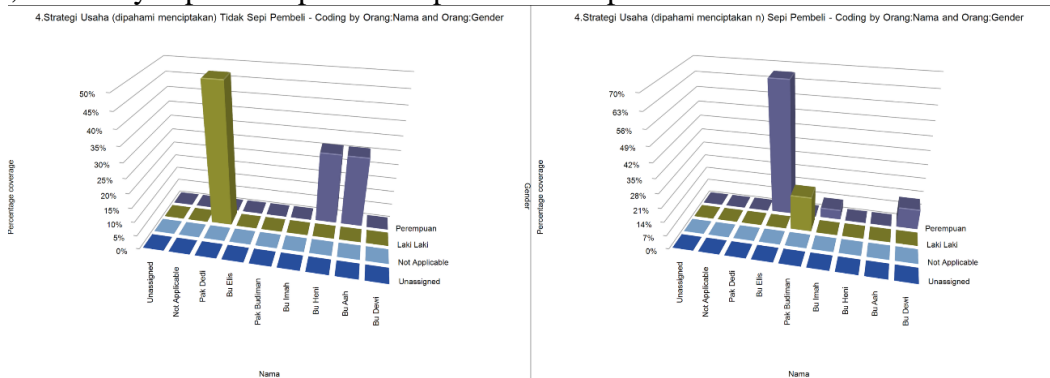
indomaret ah teu ngaruh sih, kadang-kadang kumaha weh da “ (dengan adanya alfamart indomaret tidak berpengaruh biasa saja).

Dari ungkapan kedua partisipan, kondisi warung dikunjungi pelanggan seperti biasa saja dan tidak ada dampak atas keberadaan minimarket di sekitar warung. Berbeda dengan ungkapan dua partisipan sebelumnya, empat partisipan lainnya yang berpendapat bahwa dengan adanya pesaing baru mempengaruhi kunjungan pelanggan ke warung. Peneliti memilih ungkapan yang prosentasenya tinggi yaitu Ibu Elis:

“Sepi kayakna mah, janten weh si acis teh mun sepi mah teu muter pak, ari pamasukan saalit ari pengeluaran pan masih teras-terasan, da ieu oge nu di raosan ku rai mah nya nu pameget, sadinten teh ku anjeunna hungkul rokok sabungkus kopi sarenceng teu aya weh,. Kirang sih, emang karaosan aya alfamart mah nu ngawitannya, tah ayeuna makin sepi da makin seueur payung, grosir dimana-mana nya tiap juru ayeuna mah. Abdi ge dilembur 3 grosir. Ah sepi, sepi pisan, upami ieu mah rada rame upami hayam mah muhun eta mah pami ieu mah warung sepi weh teu aya nyepeng acan paling ge 10 ribu eta the” (sepi sehingga modal tidak bisa berputar, sewaktu warung dipegang oleh adiknya habis untuk kebutuhan dia rokok dan kopi, apalagi sekarang ada alfamart dan indomaret, warung sepi dari pelanggan, warung terlihat ramai karena dibantu jualan ayam, pendapatan warung hanya 10ribu).

Menurut Ibu Elis warungnya sepi setelah ada minimarket, warung terlihat ramai karena Ibu Elis usaha sampingan yaitu menjual ayam saos mentega, sehingga terlihat orang warung utamanya ramai, padahal yang ramai adalah kios ayamnya bukan warung lamanya.

Setelah strategi dijalankan berdampak pada hasil warung yakni ramai atau sepi, sehingga dipahami akan keputusan selanjutnya para pemilik warung, hal ini sesuai dengan teori dari Stoner (1996) urutan manajerial yang benar adalah keputusan terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan. Apabila warung ramai dikunjungi, maka diputuskan warung tetap buka, sebaliknya apabila sepi maka diputuskan tutup.



Gambar.8 Codes relationships menerangkan informasi hasil strategi usaha Dampak dari capaian kondisi warung ramai atau sepi dari pengunjung,

sehingga dipahami dalam diri pemilik muncul 2 sikap yakni positif dan negatif, hal ini dapat dilihat pada Gambar.9. Semua partisipan mengungkapkan kesan positif, tetapi yang peneliti pilih adalah partisipan prosentase tertinggi yaitu Ibu Imah:

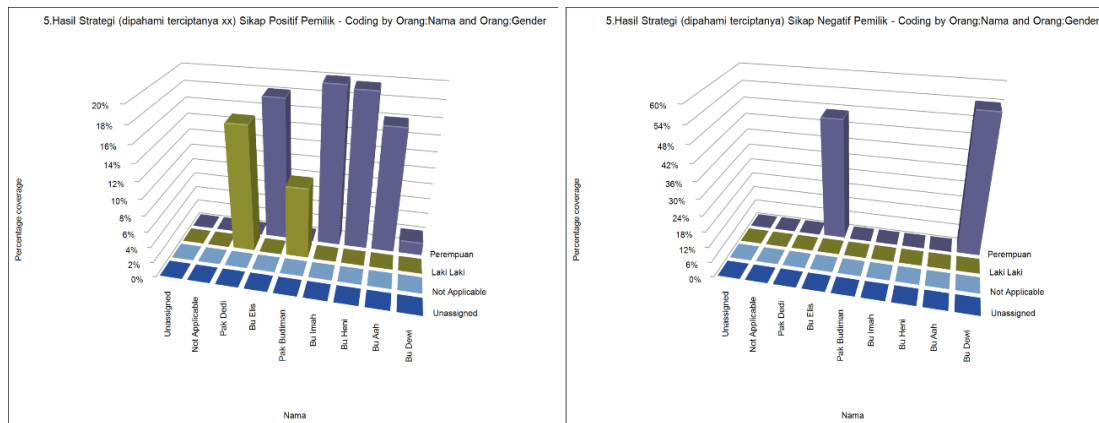
“Bari maca qur’an sabari ngantosan, rada sering maca qur’an gaduh hanca eta kitu mudah-mudahan, ari mikirkeun masa depan mah, pokokna mah abdi mah ayeuna aya alhamdulillah, ayeuna aya alhamdulillah, pan puguh kieu kaayaan na kumaha, ari kieu mah ah apa ada na weh tapi urang nu penting mah do’a teh ka Allah , alhamdulillah ulah sampai ngaripuhkeun anak., selama ibu masih ieu mah geus diamanatkeun ka budak oge insya Allah mudah-mudahan warung masih tetep aya, ibu nu tukang balanja na si bapak mah pan mun ibu balanja si bapak didieu. Terkadang kitu, ngan mun didieu teh sok mun si bapak angkat ngaos ibu didieu, engke teh tah mun kemis si bapak teh sok ngaos enjing-enjing teh uih si bapak abdi angkat ngaos kitu tah jadi di shift, matak terkadang abdi teu aya” (menunggu warung sambil membaca Al Quran, yang diterima hari ini disyukuri Alhamdulillah, jangan sampai merepotkan anak, diatur strategi menggunakan ship ketika suami berangkat kepengajian saya yang jaga warung dan sebaliknya hari kamis pengajian ibu ibu suami yang jaga warung)”.

Menurut Ibu Imah dalam menjalankan usaha itu harus sabar, ikhlas , dan tawakal. Rezeki sudah ada yang mengatur tugas kita hanya berusaha, dan supaya usahanya lancar jangan sampai meninggalkan ibadah dan berdoa. Dan apabila sempat disela-sela waktu membaca Al Quran.

Sebaliknya ada dua partisipan yang mengungkapkan sikap negatif ketika kondisi ramai atau sepi, terutama ketika warung sepi dipahami memunculkan sikap negatif. Peneliti memilih Ibu Dewi karena prosentasenya tinggi:

“Sok kesel nya, sok aya rasa kesel ngantosan warung sepi pelanggan teu aya nu donkap” (rasa kesal menunggu warung karena belum ada pembeli)”.

Menurut Ibu Dewi dengan kondisi warung sepi kemudian harus menunggu pelanggan dipahami memunculkan rasa kesal. Ungkapan Ibu Dewi sebagai ekspresi kekecewaan dengan kata. Kata “kesal” berkonotasi negatif.



Gambar.9 Codes relationships informasi sikap partisipan menerima hasil strategi

Setelah menerima hasil dari strategi, pemilik warung mempunyai dua sikap yakni positif dan negatif, sehingga dipahami untuk melakukan keputusan warung tetap dipertahankan atau ditutup, hal ini dapat dilihat pada Gambar.10. Partisipan yang mengungkapkan sikap positif dengan dibubuhi faktor eksternal dipahami akan kelangsungan warung yaitu dipertahankan. Partisipan dengan prosentase tinggi yang traksrianya yaitu Ibu Heni:

“Tapi bapak asa, kekengengan sasih saum muhun, pan ti subuh teh, tos, garugah, anu meser endog, kadang beras ngadadak, sarimi, subuh teh, tapi masih keneh kekengengan sasih saum pak, sasih saum alhamdulillah kekengengan keneh, hoyong bapak da abdi mah ieu oge ieu lampu oge sok murangkalih weh ayeuna teh tapi ari ieu mah geuning mun kanggo balanja sahari-hari mah ti dieu weh teu ngaruh enya teu ngaruh da. sakirang-kirang na mah icalan lamun tos nyepeng acis mah abis hoyong ieu hoyong itu pan nu sok teu majeng teh kitu, acis warung dipeserkeun kanu itu kanu ieu atos weh ieu nambru nutup abi mah mun cara eueut mah leleberna mun icalan mah mun eueutna gelas kitu sifat eta na” (meskipun bulan ramadhan, penghasilan tetap stabil malahan lebih, warung ingin tetap bertahan meskipun saya sudah meninggal dan warung diteruskan oleh anak, warung harus diberikan modal tambahan, kemudian kebijakan pemilik jangan sampai boros diibaratkan kalau minum air dalam gelas keuntungan warung itu pada air yang dituang kedalam gelas tetapi meluber hingga keluar).

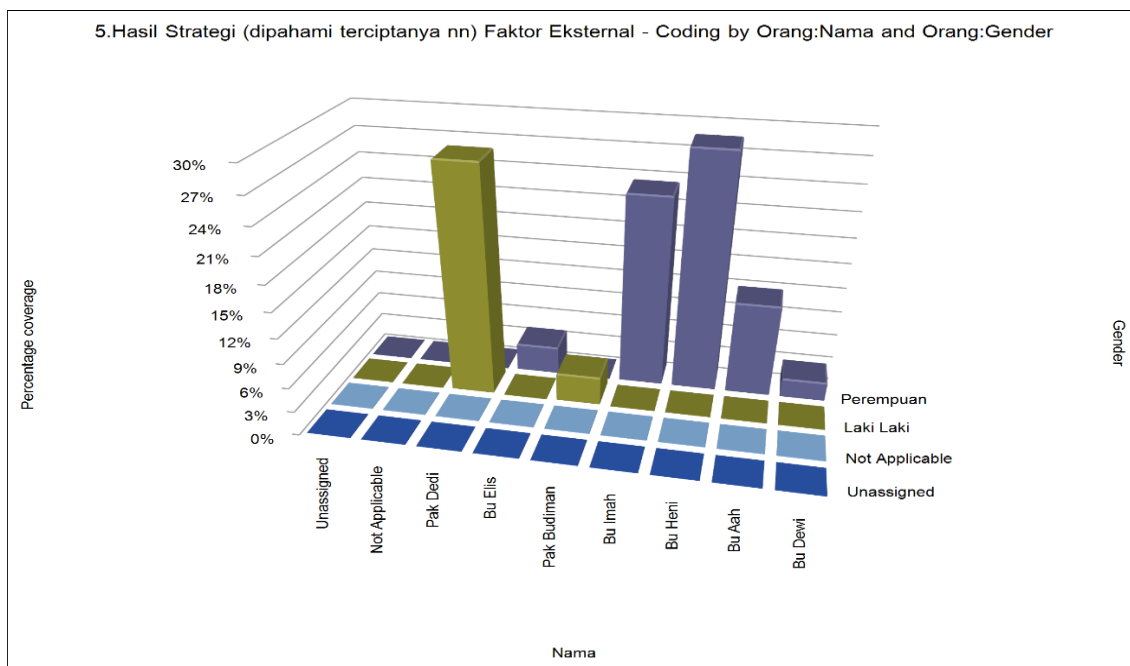
Menurut Ibu Heni dengan keberadaan minimarket dipahami tidak berdampak, kemudian di bulan puasa penghasilannya cenderung naik, dan menurutnya warung nantinya ingin diteruskan anak. Motivasi eksternal yang bersifat positif dibubuhi sikap positif dari hasil strategi sehingga dipahami untuk kelangsungan usaha agar warung dipertahankan.

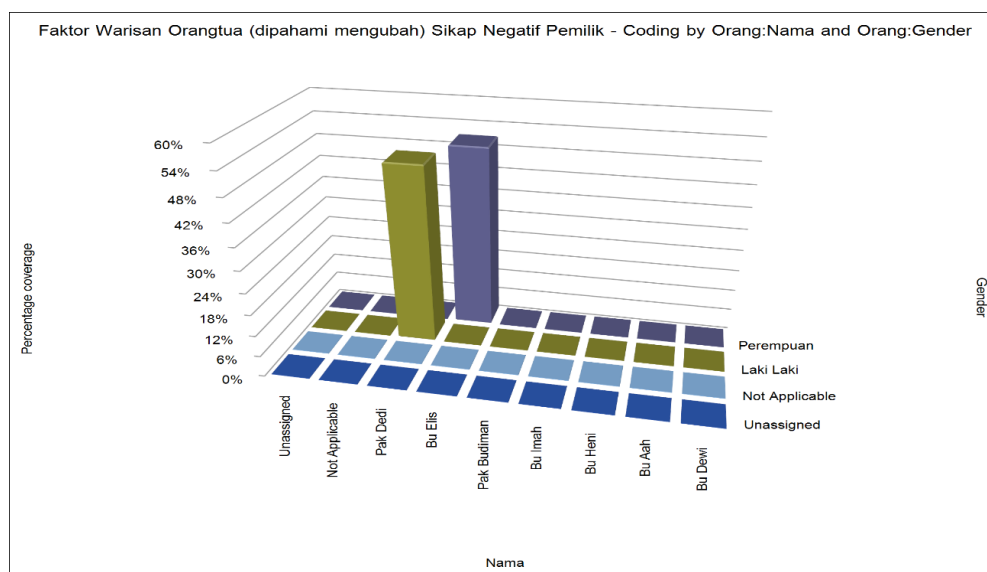
Selanjutnya sikap negatif pemilik warung hasil dari strategi dengan capaian warung sepi dipahami akan keputusan menutup warung, tetapi hal ini tidak bisa terjadi apabila kondisi warung sebagai warisan dan pemilik utamanya masih ada dapat dilihat pada

Gambar.10. Hal ini diungkapkan oleh dua partisipan, dan peneliti memilih Ibu Elis karena prosesentasenya yang tinggi:

“Muhun pan ieu na teu damang janten ku saha weh, murangkalih-murangkalih na, bade ditutup ku si teteh teh lebar saurna teh kitu urang kerja sama weh sekali ewang, ari abdi nu pang bungsu na, dinten ieu na weh samampu na sakali ewang, kan kantung nyalira ngendongan oge 2 wengi ewang abdi mah “(Ibunya sakit, sehingga warung dijalankan oleh anak-anaknya, mau ditutup tapi sayang, memberi ke orangtua langsung tidak bisa, tapi dengan menjalankan warungnya dan hasilnya diberikan ke ibu semoga itu meringankan sakit ibu, menjalankan warung di bagi penjagaannya terkadang dua hari bergilir).

Menurut Ibu Elis warungnya adalah warung warisan dan Ibunya masih ada, sehingga menjalankan warung ini dianggapnya sebagai langkah berbakti terhadap orang tua. Ibu Elis lima bersaudara, untuk menjalankan warung bergantian menjaganya terkadang dibuat 2 hari bergantian. Apabila tidak ada yang meneruskan dan ibunya sudah meninggal kemungkinan warung akan dikontrakan atau dijual dengan kata lain warung tutup.





Gambar.11. Codes relationships faktor warisan mengubah sikap negatif

Kondisi warung ramai pengunjung atau sepi pengunjung dipahami akan adanya sikap positif dan negatif pemilik, hal ini dipahami untuk keputusan keberlangsungan warung tetap dipertahankan atau ditutup. Sikap positif seperti optimis menjalankan usaha hal ini sesuai dengan Wernerfelt (1984) dalam teori RBV menjelaskan bahwa pentingnya sumber daya internal organisasi akan mendorong terciptanya keberhasilan suatu perusahaan, hal ini tergantung pengelolaan perusahaan dalam memaksimalkan segala potensi yang ada secara efektif, sebaliknya apabila sikap pesimis dari pemilik maka kelangsungan usaha akan sulit dipertahankan. Sikap negatif pemilik dapat menjadi positif karena faktor permintaan orang tua hal ini sesuai dengan teori sosiologi Max Weber (1864-1922) tindakan rasional berorientasi nilai, meskipun warung sepi Ibu Elis tetap mempertahankan warung buka karena berbakti kepada orang tua. Menyakini bahwa dengan berbakti kepada orang tua setara dengan silaturahmi yang dapat memperpanjang usia dan melapangkan rezeki, kemudian ungkapan Ibu Elis mengapa tetap mempertahankan warung, dirinya belum bisa mencukupi kebutuhan orang tuanya yang sedang sakit, tetapi dengan menjalankan warung milik ibunya dan hasil dari warung diberikan kepada ibunya, hal ini diyakini dengan merawat dan menghormati orang tua dapat menggururkan dosa-dosa besar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kelangsungan usaha merupakan ujung dari semua proses usaha yang dijalankan, terutama penelitian ini fokus terhadap usaha warung kelontong yang bersaing dengan minimarket. Hasil penelitian bahwa pesaing tidak hanya minimarket, melainkan munculnya pesaing baru yaitu warung kelontong baru dan grosir, persaingan ini dipahami pemilik warung

menimbulkan risiko usaha yang terbagi menjadi dua, pertama risiko finansial seperti turunnya omzet, kedua risiko kebijakan pemilik seperti piutang dagang yang macet, barang dagangan yang menjadi sampah, pemilik mengutamakan kebutuhan tersier, buruknya pengolahan modal, dan stok barang yang sedikit. Meskipun adanya risiko, maka pemahaman keuntungan yang didapat berdasarkan pengalaman, keuntungan dipahami melalui rasa dan pikiran bermacam-macam oleh pemilik warung, dimaknai sebagai rezeki, dimaknai sebagai sarana kebutuhan sehari-hari, dimaknai sebagai menjalankan ibadah, dimaknai sebagai jalan berbakti terhadap orang tua, dan dimaknai sebagai perputaran modal. Dalam mempertahankan keuntungan dipahami oleh para pemilik warung dengan menjalankan strategi usaha seperti mengadakan barang eceran, sikap ramah dalam pelayanan kepada pelanggan, menjaga kestabilan harga, memberi piutang dengan tempo bayar dalam seminggu, pemberian hadiah lebaran kepada pelanggan tetangga, dan mengadakan produk tambahan. Capaian strategi dapat terlihat kondisi warung ramai atau sepi pengunjung, hasil capaian dapat dipahami pemilik warung berupa sikap positif yakni sikap optimis dalam menjalankan warung dan sikap negatif yakni sikap pesimis dalam menjalankan warung. Kedua karakter sikap pemilik dipahami dalam membuat keputusan, apabila sikap positif dibubuhi dengan normalnya faktor eksternal yakni minimarket, dibubuhi motivasi sesama pemilik warung, dibubuhi regenerasi keluarga, maka keberlangsungan warung kelontong dapat dipertahankan. Dan apabila sikap negatif pemilik warung dibubuhi permintaan dari orang tua atau keinginan sendiri untuk berbakti kepada orang tua yang masih hidup sebagai pemilik utama, maka kelangsungan warung kelontong dapat dipertahankan, tetapi sebaliknya apabila sikap negatif pemilik warung dibubuhi pemilik utama orang tua yang mewariskan sudah meninggal dunia, maka kelangsungan usaha tidak dapat dipertahankan atau warung tutup. Penelitian ini berkontribusi penting untuk akuntansi informal karena membahas fenomena persaingan usaha yang dialami pemilik warung kelontong dengan pemahaman, nilai, dan pemaknaan. Saran untuk pemilik warung kelontong manusia diwajibkan untuk berusaha dan berdoa, adapun hasilnya dikembalikan kepada Allah Swt, terus pertahankan layanan ramah personal dan memahami kebutuhan warga sekitar terutama yang berpenghasilan rendah dengan mengadakan barang eceran. Bagi pemerintah mengatur regulasi pembangunan minimarket yang baru dengan memperhatikan keberadaan warung kelontong sekitar. Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif dan penelitian ini dapat dilakukan di tempat yang lain dengan pola strategi yang berbeda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dosen pembimbing yang senantiasa sabar mendampingi hingga akhir, dan penelitian ini dibuat sebagai pelengkap dari tugas akhir masa studi S2.

DAFTAR REFERENSI

- 2, J. (2025). Dampak kehadiran mini market terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Dompu. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1347–1358.
- Akuntansi, J., Jamal, R., Yanuar, T., Syah, R., Iskandar, M. D., & Hamdi, E. (2023). Perencanaan manajemen risiko dalam pengelolaan keuangan Bank Digital Junior (Dex Junior). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 6(114). <https://doi.org/10.30596/jakk.v6i2.16622>
- Alfida Aziz, Pangestuti, D. C., & Hidayati, S. (2024). Pengaruh risiko terhadap pertumbuhan UMKM. *Owner*, 8, 1238–1254. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2062>
- Ayem, S., & Hernindya, N. R. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 13(2), 81–90. <https://doi.org/10.26740/jupe.v13n2.p81-90>
- Ayu Rizkia, A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi anti monopoli dan persaingan bisnis tidak sehat: Globalisasi ekonomi, persaingan usaha, dan pelaku usaha (Literature review etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631–643. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.572>
- Dwiastanti, A., & Mustapa, G. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal dan strategi bertahan UMKM. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 228–240. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i3.42740>
- Inna, M., Hasrianti, Widya Waty Dwi, Kurniati Hamid, Herawati Rustan, Husna Mardiyah, et al. (2024). Analisis manajemen risiko pada UMKM usaha Parembai Industri Kota Pinrang. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 2(2), 42–53. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.9402>
- Jikrillah, S., Ziyad, M., & Stiadi, D. (2021). Jurnal Wawasan Manajemen. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 9(2), 134–141. <https://doi.org/10.20527/jwm.v9i2.24>
- M. Asnawi, Sri Wahyuni, & Rafiqah Yusna Siregar. (2024). *v.research*. Tahta Media Group.
- Muhzinat, Z., & Achiria, S. (2019). Dampak keberadaan minimarket terhadap toko kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 203–211. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2448>
- Nurasik, N., Abidin, F. I. N., & Dewi, S. R. (2023). Determinan yang mempengaruhi laba UMKM. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i2.359>
- Pembelian, K., Warung, D. I., Kennan, K., Kedungsari, D., Pengasih, K., Kulon, K., et al. (2026). Pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian. 17(1), 101–118.
- Raho, B. (2021). BAB 5 Teori interaksionisme simbolik. Dalam *Teori sosiologi modern*. <http://repository.iftkledalero.ac.id/309/1/Teori%20Sosiologi%20Modern.pdf>

- Rohman, S. (2022). Mengembangkan tatanan baru pascapandemi: Pendekatan deradikalisasi dan reproduksi tafsir. *Masyarakat Indonesia*, 47(1), 77–90. <https://doi.org/10.14203/jmi.v47i1.941>
- Rohmatunnisa, L. D. (2024). Makna laba bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 4(2), 125–136. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v4i2.1680>
- Saadah, S., Shaleh, K., Arwaty, D., Sukmawati, F., Mulyawan, R. F., & Nababan, D. (2023). Implikasi coronavirus dan upaya pemulihan ekonomi pada sektor industri pariwisata. *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 247–257. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.914>
- Widiyanti Rocmi, Damayanti Ratna, & Marwanti Fithria. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153–163. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>
- Yohanna Meilani Putri, Rica Agatha, & Reefadhinta Novta Amelia. (2023). Strategi bertahannya warung kelontong dalam gempuran market modern. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 2(2), 164–170. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i2.1423>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh konten pemasaran Shopee terhadap pembelian pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>
- Zulkifli, K. (2022). Makna laba bagi perspektif petani. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v3i1.1010>