

Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pengusaha Warung di Mejing Gamping Sleman Yogyakarta

Agus Tri Basuki¹, Nano Prawoto²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

E-mail: agustribasuki@yahoo.com¹, nanopra@umy.ac.id²

Article History:

Received: 10 April 2023

Revised: 15 April 2023

Accepted: 25 April 2023

Keywords:

Pelatihan
Kewirausahaan, Laporan
Keuangan, Proposal Bisnis,
UMKM

Abstract: Tujuan PKm ini adalah untuk mengedukasi para pemilik warung yang ingin membuat usahanya lebih berkembang. Peningkatan kapasitas pengelolaan bisnis yang harus dimiliki bagi pengusaha warung adalah cara mengelola bisnis yang lebih profesional dan pembukuan keuangan sederhana. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan sederhana terhadap pemilik warung. Hasil dari pengabdian ini adalah pemilik warung di Lingkungan Mejing Ambarketawang Gamping memahami cara mengelola warung dengan baik dan mampu membuat proposal bisnis dan pembukuan keuangan sederhana. Dengan adanya Pelatihan Kewirausahaan ini, pemilik warung di Lingkungan Mejing Ambarketawang Gamping dapat menjalankan usaha warung dengan perhitungan bisnis sederhana.

PENDAHULUAN

Warung tradisional merujuk pada warung sebagai tempat menjual aneka kebutuhan sehari-hari masyarakat yang berada di pemukiman atau perkampungan masyarakat. Warung tradisional atau toko kecil yang dikelola oleh rumah tangga dengan membuka barang-barang jualan yang menempati bagian ruang dari rumah utama atau bangunan terpisah namun tidak berada jauh dari rumah. Warung tradisional ini dapat dimaknai sebagai aktualisasi semangat entrepreneurship yang berkembang terdorong oleh desakan mencukupi kebutuhan keluarga. Pengelolaan yang sederhana dan mengandalkan pasokan dari pasar (tradisional maupun modern) menjadi ciri khas dari warung tradisional ini. Saat ini, Indonesia memiliki lebih dari 30 juta warung tradisional yang dikelola secara perorangan. Keberadaan warung tersebut tidak hanya menjadi sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga sebagai kearifan lokal. Karena itulah, warung konvensional dengan ciri khas kedaerahannya mudah ditemukan di pemukiman atau pedesaan.

Alfamart dan Indomaret adalah pelaku pasar ritel minimarket yang melakukan kompetisi langsung atau *face to face competition*. Kompetisi langsung yang dilakukan nampak pada kedua gerai minimarket dalam lokasi yang hampir berdekatan, bahkan ada yang bersebelahan. Lokasi

yang hampir berdekatan ini dalam hitungan jarak maksimal adalah kurang dari 100m diantara kedua minimarket tersebut. Keberadaan lokasi yang diijinkan sampai ke jalan lingkungan di wilayah pemukiman, memberi keleluasaan bagi kedua minimarket untuk membangun gerainya berdekatan dengan pemukiman atau perkampungan penduduk. Kedekatan inilah yang akan mengganggu *surveillance capabilty* dari warung/toko tradisional yaitu semakin jarang warga sekitar warung/toko untuk membeli kebutuhan. Fasilitas, ketersediaan barang dan harga menjadi daya tarik minimarket yang tidak dimiliki oleh warung/toko tradisional. Meski demikian, warung/toko tradisional tetap bertahan dengan keterbatasan dan kepasrahan. Bahkan mereka kadang tidak mampu menolak untuk membeli barang yang akan dijual lagi di minimarket tersebut. Keterbatasan dan kepasrahan itu berarti warung/toko tersebut mengandalkan kondisi subyektif pembeli untuk memilih membeli barang di warung/toko tradisional. Kondisi subyektif pembeli tersebut adalah kemendesakan untuk memenuhi kebutuhan keseharian. Kemendesakan inilah yang menjadi referensi untuk memilih warung/toko tradisional.

Tabel 1: Jumlah Penduduk Gamping Tahun 2021

No	Nama Padukuhan	KK	Jiwa	Lk	Pr
1	Bodeh	688	1,773	904	869
2	Depok	484	1,306	641	665
3	Gamping Kidul	1,426	3,630	1,869	1,761
4	Gamping Lor	782	2,014	1,032	982
5	Gamping Tengah	996	2,561	1,275	1,286
6	Kalimanjung	491	1,315	645	670
7	Mancasan	470	1,266	648	618
8	Mejing Kidul	660	1,777	892	885
9	Mejing Lor	1,238	3,220	1,655	1,565
10	Mejing Wetan	1,163	3,147	1,566	1,581
11	Patukan	795	2,117	1,082	1,035
12	Tlogo	453	1,218	639	579
13	Watulangkah	383	1,008	494	514
Total		10,029	26,352	13,342	13,010

Sumber : BPS Kabupaten Sleman 2018.

Penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 mencapai 3,97 juta jiwa pada 2021. Dari jumlah tersebut, hampir sepertiganya (1,136 juta jiwa) merupakan penduduk Sleman. Kebijakan batas minimal 6.000 penduduk untuk satu toko modern (Tribunjogja.com) dan saat ini, setidaknya ada 203 toko modern yang tersebar di Kabupaten Sleman. Sehingga jika 203 toko modern dikalikan dengan 6.000 berjumlah 1.218.000 jiwa. Total toko modern sudah melebihi jumlah penduduk Sleman (Menurut laporan BPS Sleman tahun 2022, jumlah penduduk Sleman tahun 2021 sebanyak 1.136.476 jiwa). Sementara dari 203 toko modern 32 toko di antara yang belum berizin tersebut. Untuk saat ini, kebijakan pemerintah Kabupaten Sleman harus menghentikan untuk menambah toko modern, dikarenakan rasio antara jumlah penduduk dengan jumlah toko modern sudah mencukupi. Perda Kab. Sleman Nomor 18 Tahun 2012 tentang Perizinan Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern, jarak

minimarket waralaba paling dekat 1000m (seribu meter) dari pasar tradisional. Bupati Sleman harus lebih konsisten menyikapi izin pendirian toko modern juga didasarkan dari persetujuan warga sekitar, jika warga tidak menyetujui keberadaan toko modern di lingkungannya, maka izin tidak akan diterbitkan.

Berdasarkan hasil perhitungan rasio jumlah penduduk dengan jumlah toko modern (Tabel 1), kecamatan Gamping hanya boleh berdiri 5 toko modern (jika menggunakan rasio 1 toko modern mewakili 6.000 orang). Tetapi berdasarkan pengamatan di lapangan jumlah toko modern di Kecamatan Gamping untuk Alfamart dan Indomaret sudah lebih dari 25 unit, belum untuk toko modern di luar Alfamart dan Indomaret. Akibat yang ditimbulkan adalah pelaku usaha warung tradisional satu-persatu mengalami kerugian bahkan akhirnya kolaps (bangkrut). Hal ini juga disebabkan skala usahanya yang termasuk usaha yang berskala kecil. Kondisi ini menjadikan industri ini mendapat sorotan yang cukup serius dan banyak diperbincangkan oleh berbagai kalangan, mulai dari instansi pemerintah, pelaku usaha, hingga para akademisi.

Berbagai kalangan yang dirugikan dan pihak yang mempunyai kepedulian menghendaki pemerintah untuk turun tangan mengatasi permasalahan tersebut. Akhirnya pemerintah memandang perlu untuk mengatur permasalahan ini dalam suatu bentuk ketentuan dengan maksud melindungi kepentingan usaha kecil secara nasional. Dalam perjalanannya, ketika pemerintah kemudian menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Perpres 112/2007) pada tanggal 27 Desember 2007, peraturan ini tidak kalah mengundang kontroversi pula (Nurviani, 2013).

Selain regulasi dari pemerintah yang masih menjadi kontroversi, pada perjalanannya yang terjadi adalah persaingan dari berbagai kelompok ritel-ritel yang ada. Pada sudut – sudut keramaian sering dijumpai dua ritel modern berbeda nama saling berdekatan. Kondisi ini sangat memprihatinkan, karena pemenang dari persaingan tersebut adalah ritel modern. Para pemilik atau pengelola ritel modern ini para pengusaha yang sudah mapan secara modal dan manajemen. Sehingga persaingan antara kelompok para ritel modern tersebut tidak menjadi bisnis ritel ini menjadi menarik lagi (Utomo, 2011).

Menurut Tambunan, dkk (2004) persaingan dalam industri ritel dapat dilihat dari berbagai segi dan dimensi. Persaingan tersebut diantaranya adalah persaingan antara ritel modern dan tradisional, persaingan antar sesama ritel modern, persaingan antar sesama ritel tradisional, dan persaingan antar supplier. Diantara keempat jenis persaingan tersebut, persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern paling banyak mengundang perhatian, karena menempatkan satu pihak (ritel tradisional) dalam posisi yang lemah. Sehingga hal ini memaksa semua pihak yang terkait (pelaku ritel, asosiasi, pemerintah, pakar bisnis ritel) berperan aktif bersama-sama menyelesaikan eksistensi persaingan tersebut (Utomo, 2011).

Sebenarnya para pemilik toko ritel tradisional bisa melakukan beberapa perubahan-perubahan, dikarenakan untuk dapat memenangkan kompetisi dunia ritel saat ini harus menggunakan perbaikan yang selama ini dirasakan masih sangat kurang dalam hal memahami strategi dari para pesaingnya. Tentunya pemodal juga menjadi salah satu faktor terpenting, namun dengan adanya dana-dana dari hasil pinjaman seperti usaha mikro saat ini sudah sangat banyak yang ditawarkan oleh bank, sehingga tidak perlu lagi untuk merasa cemas untuk masalah permodalan. Sayangnya banyak ritel tradisional belum mengetahui proses pemberian kredit oleh kreditur yang cukup rumit sehingga kurang termanfaatkan dengan baik (Rotman dkk., 2019; Setiaji dkk., 2021). Kerumitan dari syarat yang ditetapkan kreditur salah satunya yaitu adanya pembukuan laporan keuangan yang dihasilkan oleh pemilik bisnis seperti UMKM sebagai prinsip

kehati-hatian pihak kreditur.

Berdasarkan pada Gambar 1 lokasi Mejing kidul dan sekitarnya telah dikelilingi oleh 5 toko modern 2 alfamart, 2 indomart dan 1 toko swalayan Redyan. Sedangkan di lokasi ini ada 15 warung tradisional. Dengan jumlah penduduk Mejing Lor dan Kidul sebanyak 5.997 jiwa, seharusnya cukup dilayani 1 buah toko modern saja.



Gambar 1: Lokasi Warung di Mejing Ambarketawang Gamping

Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Dalam ayat ini, Allah swt. menerangkan bahwa jual beli halal karena di dalamnya mengandung kemaslahatan. (Al-Baqarah ayat 275). Berdasarkan ayat diatas, maka usaha warung tradisional harus terus dipertahankan dan diberdayakan, karena jual beli di warung tradisional sangat dianjurkan. Salah satu cara untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran adalah dengan usaha mandiri melalui warung tradisional.

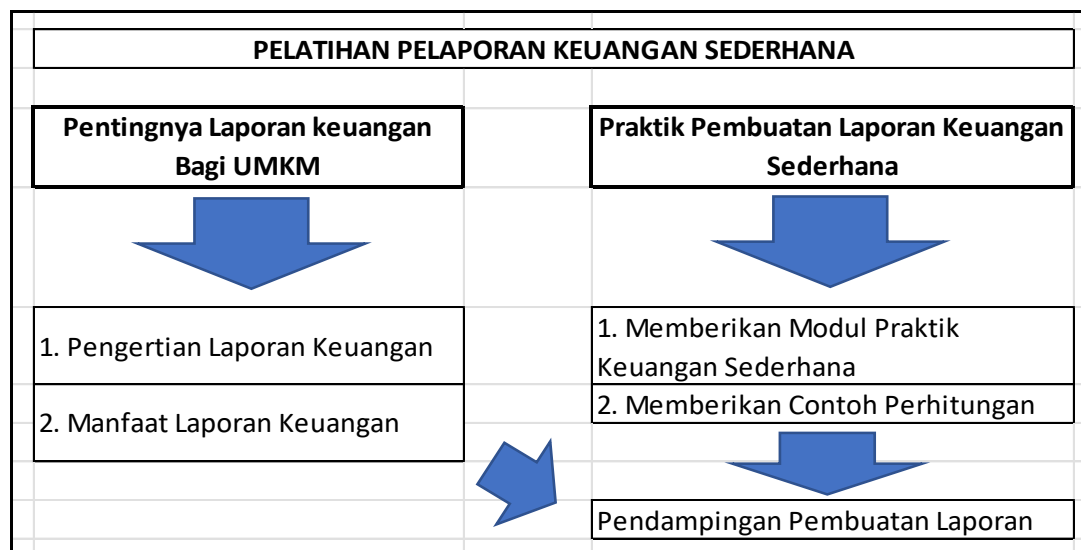
METODE

Sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemilik warung di lingkungan Mejing Ambarketawang Gamping Kabupaten Sleman. Kegiatan dalam pengabdian ini berbentuk pelatihan kewirausahaan menyusun proposal bisnis dan pembukuan sederhana kepada pelaku usaha warung tradisional di lingkungan Mejing Ambarketawang Gamping Kabupaten Sleman. Peserta pelatihan berjumlah 10 pemilik warung dan dilaksanakan selama 1 hari, yaitu tanggal 14 Agustus 2022 dengan *round down* kegiatan pelatihan sebagai berikut:

Tabel 2. Rounddown Kegiatan Pelatihan

Hari	Waktu	Agenda
Ahad, 14 Agustus 2022	08:00-08:30	Pembukaan
	08:30-10:00	Pretest Pemahaman Pembukuan Sederhana dan Pembuatan Proposal Bisnis
	10:00-10:15	Coffee Break
	10:15-11:45	Lanjutan Pemahaman
	11:45-12:00	Post Test
	12:00-13:00	Makan Siang
	13:00-13:30	Penutupan

Metode pelatihan dan pendampingan yang digunakan dalam kasus ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2: Tahapan Pelatihan

Berdasarkan Gambar 2, pelatihan pembuatan laporan keuangan diawali dengan pengertian dan manfaat laporan bagi pengelola bisnis ritel tradisional (Sulistyowati, 2017). Pelatihan ini diisi oleh Dr. Agus Tri Basuki, SE., M.Si. selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Setelah peserta memahami pentingnya laporan keuangan bagi pelaku usaha ritel tradisional, dilanjutkan dengan praktek pembuatan laporan keuangan sesuai dengan bisnis yang mereka lakukan. Jika peserta menemui kesulitan dalam pembuatan pelaporan keuangan, tim pendamping (Dosen dibantu dengan beberapa mahasiswa ekonomi yang terlibat pengabdian) akan membantu sampai peserta memahaminya. Hasil pelatihan juga digunakan untuk analisis deskriptif. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsi data yang dikumpulkan secara apa adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks manajemen ritel modern, dikenal juga konsep tentang bauran ritel (*retail mix*). Konsep tentang bauran ritel ini sebenarnya merupakan jantung atau penggerak dari semua aspek operasional dari manajemen ritel. Untuk itu, penting bagi pemerhati konsep dan praktisi ritel menyimak bagaimana konsep dan implementasi bauran ritel (*retail mix*). Bauran ritel adalah elemen-elemen yang menjadi faktor penentu dalam implementasi strategi dan taktik yang dijalankan oleh peritel. Bauran ritel terdiri dari beberapa elemen yaitu *Place, People, Product, Price, Promotion*. Kelima elemen tersebut saling melengkapi satu dengan lainnya sehingga digambarkan dalam wujud bangunan menyerupai rumah (Utami, CW. 2006). Tanpa harus melakukan perubahan secara lebih jauh, pemilik toko ritel tradisional harus lebih fokus kepada *Product* dan *Price* nya terlebih dahulu, karena para pembeli hanya akan berdatangan apabila dua faktor tersebut sudah menjadi prioritas utama ritel tradisional.

Pemilik toko tradisional harus rajin dalam mendapatkan barang murah (yang legal) dari berbagai supplier. Mendapatkan barang-barang dari toko-toko ritel modern juga harus dicoba, yaitu berburu barang-barang promo yang terkadang mereka jual dibawah harga beli sebenarnya, walaupun hal ini juga perlu adanya siasat karena seringkali ada pembatasan dalam kuantitas belanja. Itu berarti bahwa pemilik toko ritel tradisional perlu memiliki jaringan informasi yang peka dan bukan hanya berhenti di satu sumber barang saja.

Setelah sepakat untuk berburu sumber barang dagangan, kembali untuk membuat strategi penetapan harga jual. Tentunya laba atau margin disetiap kategori barang bisa berbeda-beda. Harga jual juga harus ditetapkan dengan strategi harga yang bersaing, hal ini sangat perlu agar dapat memastikan bahwa perputaran barang tidak sampai rendah. Melakukan survey harga dari para kompetitor harus dilakukan secara berkala terutama pada akhir pekan, hal biasa yang juga dilakukan oleh para peritel modern untuk menjaga keunggulan harga jual mereka.

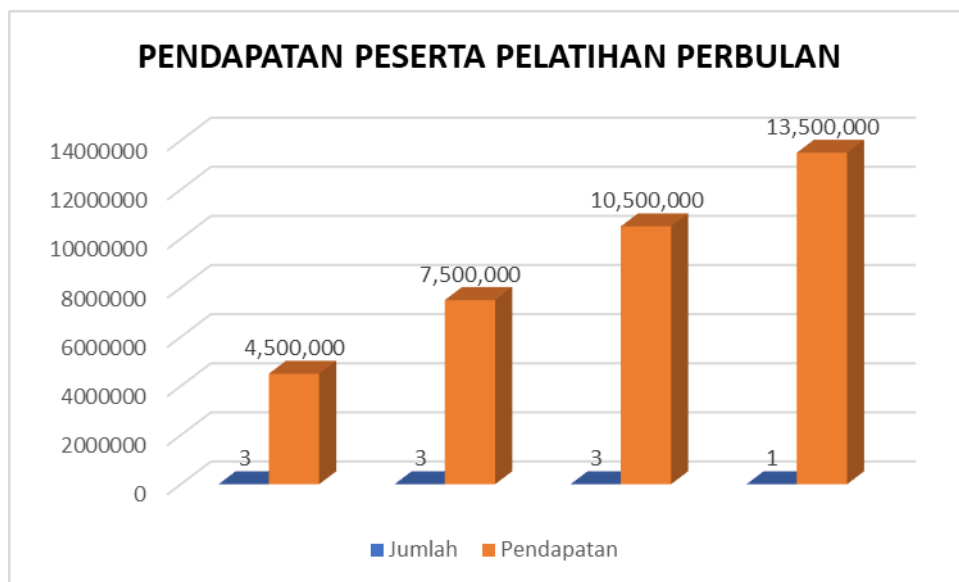
Selama berlangsungnya kegiatan pelatihan, peserta diwajibkan untuk menghitung ulang pendapatan rata-rata sehari, dan kemudian menghitung Kembali omset mereka selama 1 bulan hingga 1 tahun. Menurut Hafsah (2003; 70), pendapatan usaha yaitu semua output yang dihasilkan dari suatu kegiatan tertentu, dalam prakteknya, mengusahakan pekerjaan tertentu menggunakan berbagai macam cara dengan demikian maka hasil usaha yang di peroleh juga merupakan penjumlahan dari seluruh output yang dihasilkan. Berikut ini pendapatan kotor peserta pelatihan dalam setahun:

Tabel 2: Simulasi Perhitungan Pendapatan Kotor Peserta Pelatihan

No	Nama Pemilik Usaha	Jenis Usaha	Rerata Pendapatan Kotor (Rp)		
			Sehari	Sebulan	Setahun
1	Nucono	Warung Kelontong	100.000-200.000	4,500,000	54,000,000
2	Ekadiyana	Warung Kelontong	300.000-400.000	10,500,000	126,000,000
3	Suharjo	Angkringan	200.000-300.000	7,500,000	90,000,000
4	Sigit Haryanto	Makanan	200.000-300.000	7,500,000	90,000,000
5	Eni Sabdaningsih	Warung Kelontong	100.000-200.000	4,500,000	54,000,000
6	Rengganis	Warung Kelontong	300.000-400.000	10,500,000	126,000,000
7	Sumarni	Warung Sayuran	300.000-400.000	10,500,000	126,000,000
8	Sumarsini	Warung Kelontong	100.000-200.000	4,500,000	54,000,000
9	Emi Wulandari	Makanan	400.000-500.000	13,500,000	162,000,000
10	Yanti Diana	Warung Kelontong	200.000-300.000	7,500,000	90,000,000

Sumber: Peserta Pelatihan 2022

Berdasarkan Tabel 2 dan Gambar 3 terlihat dari hasil simulasi perhitungan pendapatan kotor (omset penjualan) sebulan 90% peserta pendapatan rata-rata sebulan antara 4,5 juta rupiah hingga 10,5 juta rupiah. Hanya ada 1 peserta yang memiliki penghasilan tinggi yaitu 13,5 juta rupiah. Menurut Chaniago dkk., (1995:14) omset penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Swastha (1983:14) omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Hal ini menunjukkan apabila usaha ritel tradisional dikelola dengan baik (pemilihan produk yang dijual dan harga yang kompetitif), dibarengi dengan kemampuan dalam pembuatan laporan keuangan sederhana, maka bisnis retail tradisional akan menjadi bisnis yang menjanjikan.



Gambar 3: Hasil Simulasi Perhitungan Pendapatan Kotor Peserta Pelatihan

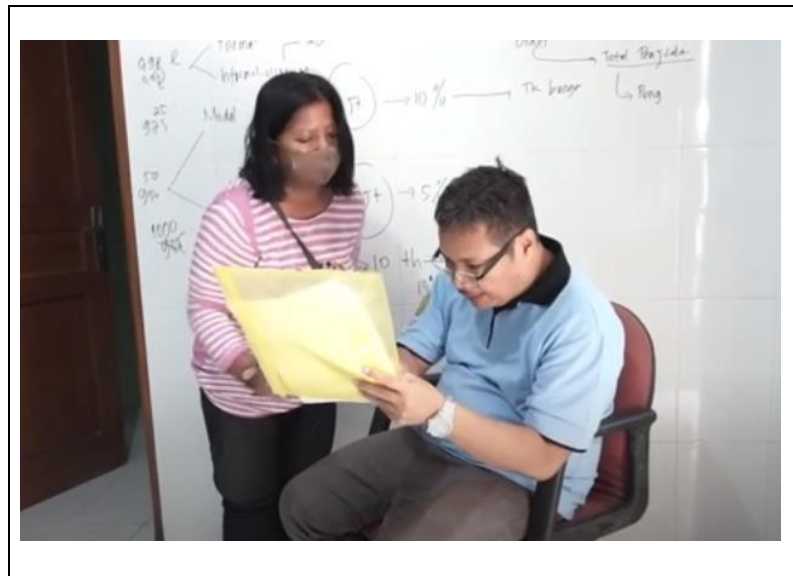
Berdasarkan Tabel 3 simulasi perhitungan keuntungan usaha ritel tradisional, hampir semua pelaku usaha memiliki usaha dengan keuntungan (Laba) diatas upah minimum kabupaten, upah minimum kabupaten Sleman tahun 2022 ditetapkan sebesar Rp. 2.100.000. Laba adalah informasi kondisi keuangan yang terkait dengan kegiatan operasional perusahaan. Sebab laba berasal dari komponen yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan yakni pendapatan dan juga beban (Apriliana, 2012). Sehingga usaha warung tradisional juga dapat dijadikan untuk mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan dan mengurangi jumlah penduduk miskin di Ambarketawang Gamping Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel 3: Simulasi Perhitungan Keuntungan Usaha Peserta Pelatihan

No	Nama Pemilik Usaha	Sebulan	Pembelia	Transport	Total	Keuntungan
1	Nucono	4,500,000	2000000	300000	2300000	2,200,000
2	Ekadiyana	10,500,000	7000000	500000	7500000	3,000,000
3	Suharjo	7,500,000	3500000	300000	3800000	3,700,000
4	Sigit Haryanto	7,500,000	4000000	350000	4350000	3,150,000
5	Eni Sabdaningsih	4,500,000	2000000	250000	2250000	2,250,000
6	Rengganis	10,500,000	5500000	350000	5850000	4,650,000
7	Sumarni	10,500,000	6000000	400000	6400000	4,100,000
8	Sumarsini	4,500,000	2000000	300000	2300000	2,200,000
9	Emi Wulandari	13,500,000	7500000	600000	8100000	5,400,000
10	Yanti Diana	7,500,000	4000000	400000	4400000	3,100,000

Sumber: Hasil Simulasi Peserta Pelatihan 2022

Gambar 4 menunjukkan suasana pelatihan melalui diskusi perhitungan simulasi pelaporan keuangan berdasarkan usaha yang digeluti peserta selama ini. Pelaporan keuangan meliputi perhitungan pendapatan, biaya dan perhitungan keuntungan usaha. Diskusi semakin meriah karena antara peserta dengan pemberi materi dibuat santai dan peserta boleh bertanya apa saja mengenai pengelolaan usaha ritail tradisional.

**Gambar 4: Diskusi Pembuatan Laporan Keuangan**

Gambar 5 menunjukkan tempat dan suasana pelatihan yang dibuat nyaman dan ada diskusi dua arah antara peserta dan pemateri. Pelatihan ditutup pada pukul 13:30 dengan diakhiri testimoni peserta pelatihan. Hasil testimoni peserta merasa senang dengan tambahan ilmu pembuatan pelaporan keuangan, sehingga bisa memperhitungkan hasil usaha mereka melalui pembuatan laporan keuangan usaha ritel tradisional.



Gambar 5: Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan

Pembahasan terhadap hasil pengabdian dan pengujian yang diperoleh disajikan dalam bentuk uraian teoritik, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapkan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang dan peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

KESIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan sederhana ini, yang diikuti 10 peserta pemilik ritel tradisional di Mejing Kidul Ambarketwang Gamping Sleman sangat dibutuhkan. Mereka menjadi paham dan bisa melakukan pencatatan laporan keuangan untuk usahanya. Peserta pelatihan sangat antusias dibuktikan dengan peserta menyimak penjelasan hingga selesai dan melakukan praktik dan simulasi pencatatan usaha mereka dengan teliti. Jika mereka belum paham, peserta langsung bertanya kepada pendamping. Diharapkan kedepan banyak pengabdian yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha ritel tradisional.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menyediakan dana untuk pengabdian masyarakat, sehingga hasil pengabdian masyarakat dapat dipublikasikan.

DAFTAR REFERENSI

- Apriliana, F. (2012). *Kemampuan Laba Bersih, Arus Kas Aktivitas Operasi Historis Dan Komponen-Komponen Akrual Dalam memprediksi Arus Kas Aktivitas Operasi Dimasa Mendatang*. Semarang, Universitas Diponogoro.
- Chaniago, A. A, dkk. 1998. *Ekonomi 2*. Bandung: Angkasa
- Hafsah, Moh Jafar, 2003, *Bisnis Ubi Kayu Indonesia*, PT. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- Nurviani, N. (2013). Perpres Ritel Vs Persaingan Usaha.
- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern. *Economic Review*, 215, 1-12.
- Tambunan, T. T., Nirmalawati, D., & Silondae, A. (2004). *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Utami, C. W. (2006). Relationship effort dan kualitas layanan sebagai strategi penguat relationship outcomes (sebuah tinjauan konseptual dalam bisnis ritel modern di indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Utomo, T. J., 2011., Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern (The Competition of Retail Business: Traditional vs Modern., *Fokus Ekonomi.*, Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 122
- Rotman, R., Guasmin, G., & Yusuf, D. (2019). Analisis Sistem Pemberian Kredit Pada PT. Bank Sulteng. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 2(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyowati, Y. (2017). Pencatatan Pelaporan Keuangan Umkm (Study Kasus Di Kota Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 49-55.
- Swasta, Basu. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.
- Setiaji, W., Handayani, M., & Sulistianingsih, D. (2021). Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana pada Pelaku UMKM sebagai Syarat Pengajuan Kredit. *Jurnal Bina Desa*, 3(2), 133-139.