

SKRIPSI
PENGARUH KEBIJAKAN PEMBATAAN IZIN RITEL
MODERN DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PERTUMBUHAN UMKM DI ACEH TIMUR



Disusun Oleh:

AFDHAL
NIM. 220604048

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1447 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Afdhal
NIM : 220604048
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 03 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Afdhal

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan
Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM
di Aceh Timur

Disusun oleh:

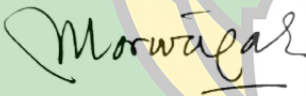
Afdhal

NIM : 220604048

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
program studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II



Marwiyati, S.E., M.M.

NIP : 197404172005012002



Cut Elfida, S.HI., MA.

NIP : 198912122023212076

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi



Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si.

NIP: 198601282019031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan
Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM
di Aceh Timur

Afdhal
NIM: 220604048

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)
dalam Bidang Ilmu Ekonomi

[illegible]

Ketua

Marwiyati, S.E., M.M.

NIP. 197404172005012002

Sekretaris

Cut Elfida, S.HI.,MA.

NIP. 198912122023212076

Penguji I

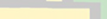
Penguji I



Dr. Maimun, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197009171997031002

Penguji II

Penguji II



Cut Aknawal, S.E., M.Si., Ak., CA

NIP. 197407242007011021

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Prof. Dr. Hafas Purqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Afdhal
NIM : 220604048
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
E-mail : 220604048@student.ar-raniry.ac.id

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☐

Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM di Aceh Timur

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 03 Juli 2026 M

جامعة الرانيري

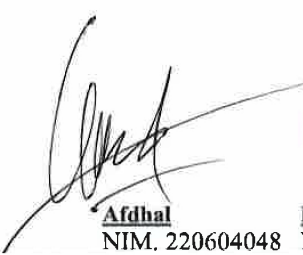
AR - RANIRY

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II


Afdhal

NIM. 220604048


Marwiyati, S.E., M.M.

NIP. 197404172005012002


Cut Elfida, S.H., MA.

NIP. 198912122023212076

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang mana limpahan rahmat, nikmat-Nya dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM di Aceh Timur”** ini dengan baik dan lancar. Shalawat dan beriring salam senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi tercinta Nabi Muhammad SAW yang mana beliau telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Penulis sangat menyadari bahwa hasil dari mengerjakan skripsi ini mendapatkan banyaknya bimbingan, bantuan, arahan, dukungan dan tak lupa pula doa restu orang tua tercinta dan berbagai pihak lainnya. Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, ketulusan dan keikhlasan penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak tersebut, yang diantaranya adalah:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani M.Ec Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Ismuadi, S.E., S.Pd.I, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi UIN Ar-Raniry dan Uliya Azra, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.
3. Hafizh Maulana SP., S.HI., ME Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

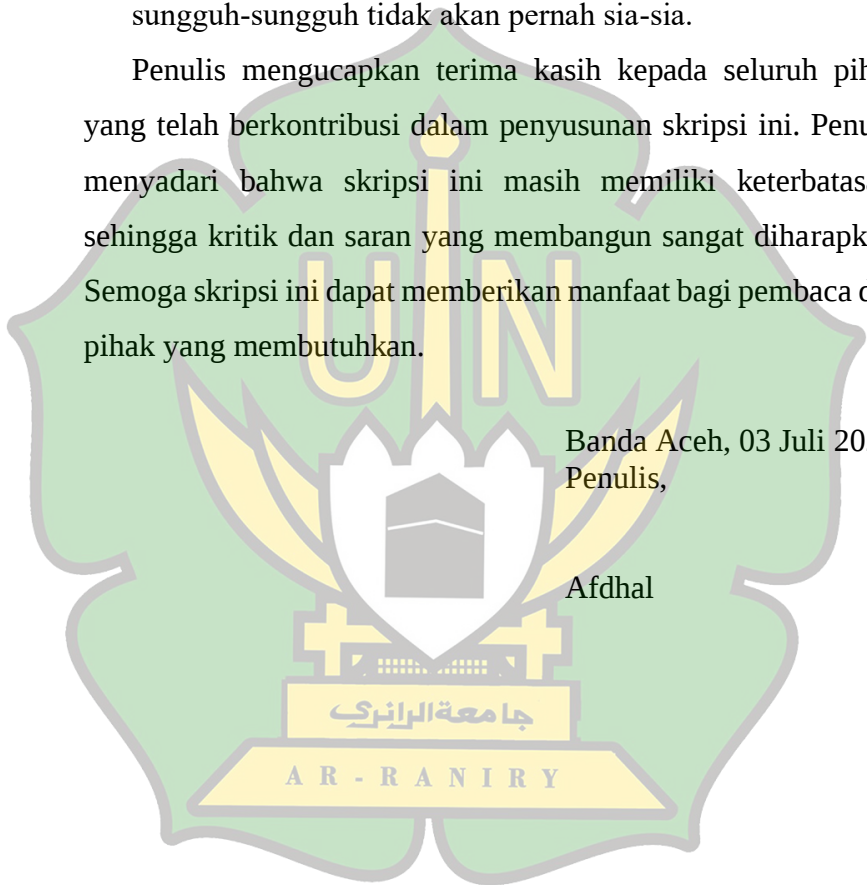
4. Marwiyati, S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Cut Elfida, S.HI.,MA. selaku Pembimbing II yang selalu senantiasa memberikan dukungan, meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku dosen Penasehat Akademik (PA) serta seluruh Dosen beserta staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis.
6. Yang teristimewa kedua orang tua, yang selalu merawat, mendidik, dan juga menemani penulis serta doa yang selalu dipanjatkan agar penulis dapat menyelesaikan studi. Serta abang dan kakak yang selalu mendukung penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2022 yang bersedia bertukar pikiran dan memberikan saran-saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir namun tidak kalah penting, penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada diri sendiri, Afdhal, atas segala usaha, doa, pengorbanan, serta keteguhan dalam menempuh setiap proses hingga terselesaikannya tugas akhir ini. Perjalanan ini dipenuhi berbagai tantangan, keraguan, dan rintangan, namun tidak pernah menjadi alasan untuk berhenti. Terima kasih telah memilih untuk tetap bertahan, terus belajar, dan menyelesaikan setiap tanggung

jawab akademik dengan sebaik-baiknya. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih bermakna, membawa manfaat bagi banyak orang, serta menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan yang dilakukan dengan sungguh-sungguh tidak akan pernah sia-sia.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 03 Juli 2026
Penulis,

Afdhal



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor:
158 Tahun1987 –Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vocal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vocal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vocal Tunggal

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

3. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
يَ / اَ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
وُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَال = *qāla*
رَمَى = *ramā*

قِيلَ = *qīla*
يَقُولُ = *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua :

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir huruf ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh :

الأطفال روضة : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

المُنَوَّرَةُ الْمَدِينَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَة : *Talḥah*

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M.Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Afdhal
NIM : 220604048
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
Judul : Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen terhadap Pertumbuhan UMKM di Aceh Timur
Pembimbing I : Marwiyati, S.E., M.M.
Pembimbing II : Cut Elfida, S.H.I., M.A.

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu indikator penting dalam pembangunan ekonomi daerah karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, perkembangan ritel modern yang semakin pesat berpotensi memengaruhi keberlangsungan UMKM, sehingga diperlukan kebijakan pembatasan izin ritel modern. Di sisi lain, perilaku konsumen juga menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan pertumbuhan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kebijakan pembatasan izin ritel modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Perilaku konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Selain itu, secara simultan kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan kebijakan

pembatasan izin ritel modern yang efektif serta perilaku konsumen yang mendukung mampu mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Kata Kunci: *Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern, Perilaku Konsumen, Pertumbuhan UMKM.*



DAFTAR ISI

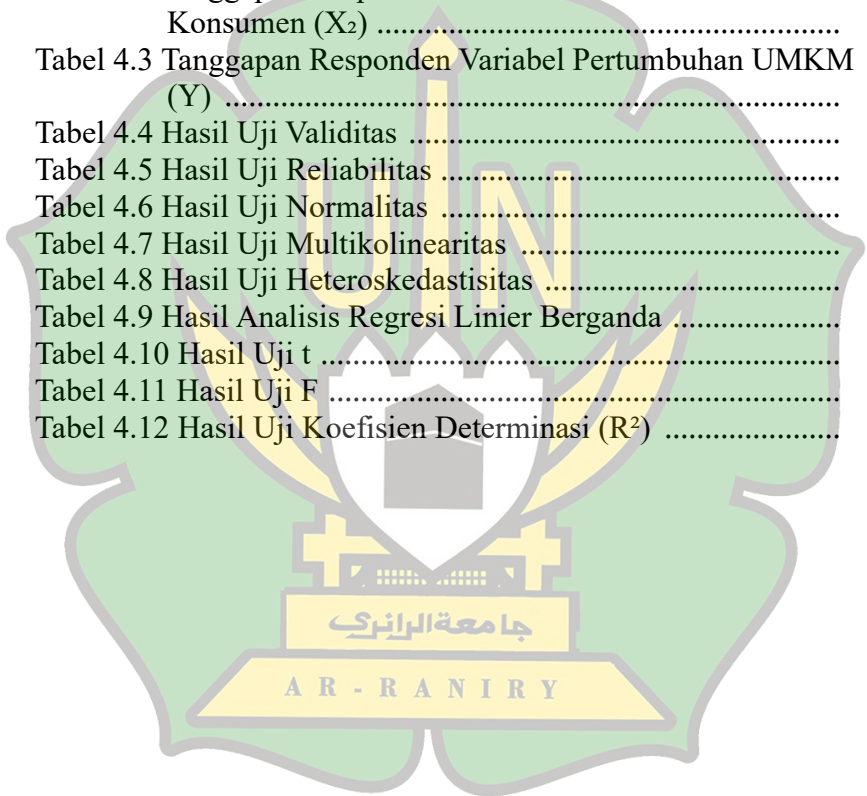
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	9
 BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 <i>Grand Theory: Theory of the Growth of the Firm</i>	11
2.2 <i>Middle Theory: Theory of Planned Behavior</i>	Error!
Bookmark not defined.	
2.3 Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	12
2.3.1 Pengertian UMKM	13
2.3.2 Pengertian Pertumbuhan UMKM.....	14
2.3.3 Indikator Pertumbuhan UMKM	15
2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan UMKM.....	16
2.4 Konsep Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern	17
2.4.1 Pengertian Kebijakan Publik	21
2.4.2 Konsep Pembatasan Izin Usaha Ritel Modern	21
2.4.3 Landasan Regulasi Ritel Modern di Indonesia	22
2.4.4 Tujuan Pembatasan Izin Ritel Modern	23
2.5 Konsep Perilaku Konsumen.....	24
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	24
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25

2.6 Keterkaitan Variabel.....	28
2.6.1 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern Terhadap Pertumbuhan UMKM.....	28
2.6.2 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM.....	29
2.6.3 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM....	30
2.7 Penelitian Terdahulu	31
2.8 Kerangka Pemikiran Konseptual	43
2.9 Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	47
3.2 Lokasi Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 sampel.....	48
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Operasional Variabel Penelitian.....	51
3.1 Skala Pengukuran.....	53
3.2 Teknik Analisis Data.....	54
3.3 Hipotesis Statistik	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum.....	59
4.2 Karakteristik Responden.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	62
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	65
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	66
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha	67
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penambahan Jenis Produk Selama Menjalankan Usaha	68

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Yang Memiliki Cabang	69
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	70
4.4 Pengujian Kualitas Data.....	74
4.4.1 Uji Validitas	74
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.5 Uji Asumsi Klasik	79
4.5.1 Uji Normalitas	79
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	81
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	82
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.7 Uji Hipotesis	85
4.7.1 Uji t.....	85
4.7.2 Uji F.....	87
4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.9 Pembahasan.....	90
4.9.1 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Aceh Timur	90
4.9.2 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Aceh Timur.....	91
4.9.3 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern Dan Perilaku Konsumen Secara Simultan Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Aceh Timur	93
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	55
Tabel 3.2 Skala Likert	58
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1)	73
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Perilaku Konsumen (X_2)	75
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Pertumbuhan UMKM (Y)	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	78
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.10 Hasil Uji t	84
Tabel 4.11 Hasil Uji F	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87



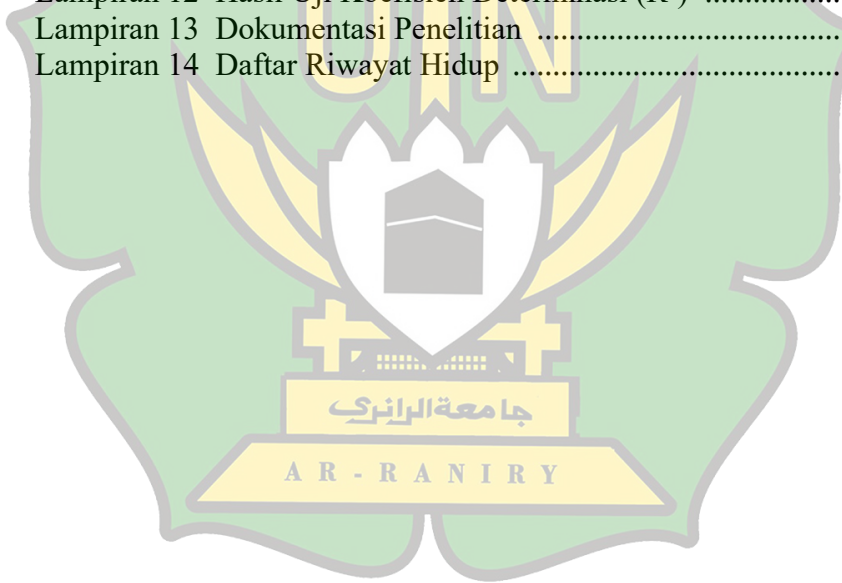
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Usaha Mikro Kabupaten Aceh Timur Tahun 2021–2025.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	70
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha.....	71
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	72
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	73
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Usaha	74
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2	Tabulasi Data Responden	103
Lampiran 3	Karakteristik Responden	109
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	112
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	116
Lampiran 6	Hasil Uji Normalitas	117
Lampiran 7	Hasil Uji Multikolinearitas	118
Lampiran 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	119
Lampiran 9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	120
Lampiran 10	Hasil Uji t	121
Lampiran 11	Hasil Uji F	122
Lampiran 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	123
Lampiran 13	Dokumentasi Penelitian	124
Lampiran 14	Daftar Riwayat Hidup	129



BAB I

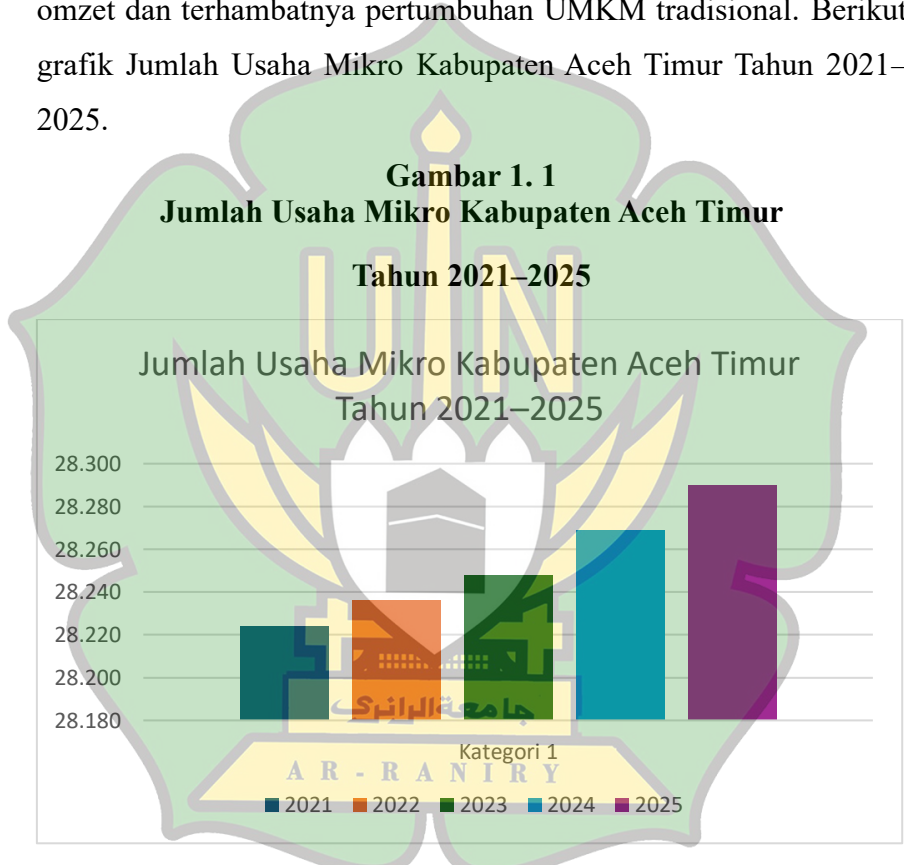
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian daerah karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan aktivitas ekonomi lokal. Pertumbuhan UMKM menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pembangunan ekonomi daerah karena mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan kapasitas usahanya secara berkelanjutan. Menurut Penrose (1959), pertumbuhan usaha dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki serta kemampuannya dalam beradaptasi terhadap lingkungan eksternal yang terus berubah. Oleh karena itu, faktor-faktor eksternal yang memengaruhi lingkungan usaha menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam mendorong pertumbuhan UMKM.

Ancaman terhadap keseimbangan pasar lokal ini semakin nyata seiring dengan masifnya ekspansi ritel modern, seperti minimarket berjejaring, dalam dua dekade terakhir. Kehadiran ritel modern menawarkan keunggulan berupa harga yang kompetitif, variasi produk yang luas, fasilitas yang nyaman, serta efisiensi operasional (Berman & Evans, 2013; Levy & Weitz, 2012). Keunggulan tersebut memicu terjadinya pergeseran perilaku konsumen. Teori pemasaran menjelaskan bahwa konsumen bertindak rasional untuk memilih

tempat berbelanja yang memberikan utilitas dan kepraktisan tertinggi (Kotler et al., 2022; Schiffman & Wisenblit, 2019). Perubahan preferensi belanja masyarakat yang cenderung beralih ke ritel modern ini pada akhirnya berdampak langsung pada penurunan omzet dan terhambatnya pertumbuhan UMKM tradisional. Berikut grafik Jumlah Usaha Mikro Kabupaten Aceh Timur Tahun 2021–2025.



Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Aceh Timur(2025).

Kabupaten Aceh Timur dapat dilihat melalui perkembangan jumlah UMKM selama periode 2021–2025. Berdasarkan data Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Aceh Timur, jumlah UMKM pada tahun 2022 tercatat sebanyak 28.236

unit. Data tersebut kemudian menunjukkan tambahan sebanyak 12 unit pada tahun 2023, 21 unit pada tahun 2024, dan 21 unit pada tahun 2025. Berdasarkan pengolahan secara kumulatif, jumlah UMKM diproyeksikan meningkat dari 28.224 unit pada tahun 2021 menjadi 28.236 unit pada tahun 2022, kemudian meningkat menjadi 28.248 unit pada tahun 2023, 28.269 unit pada tahun 2024, dan mencapai 28.290 unit pada tahun 2025 (Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Aceh Timur, 2025).

Secara umum, data tersebut menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Aceh Timur selama periode pengamatan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha masyarakat tetap mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Namun demikian, peningkatan jumlah unit usaha tidak serta-merta menunjukkan bahwa seluruh UMKM mengalami peningkatan kinerja, omzet, maupun daya saing. Pertumbuhan secara kuantitatif perlu dipahami bersama dengan kondisi lingkungan usaha yang dihadapi oleh pelaku UMKM, termasuk perubahan struktur pasar, kebijakan pemerintah, serta perubahan preferensi konsumen.

Dalam perspektif *Theory of the Growth of the Firm*, pertumbuhan usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti kemampuan manajemen dan pemanfaatan sumber daya, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan eksternal yang dapat menciptakan peluang maupun hambatan bagi perkembangan usaha (Penrose, 1959). Lingkungan usaha yang kondusif akan memberikan

kesempatan yang lebih besar bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, dan menambah jumlah pelanggan. Sebaliknya, perubahan kondisi pasar maupun kebijakan ekonomi dapat memengaruhi kemampuan UMKM dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Meskipun data makro menunjukkan performa sektor perdagangan yang impresif, pertumbuhan ini tidak secara otomatis mencerminkan pemerataan kesejahteraan bagi seluruh pelaku UMKM lokal. Di tengah pesatnya perputaran sektor perdagangan, struktur pasar berpotensi mengalami ketimpangan jika keuntungan ekonomi hanya terkonsentrasi pada korporasi ritel modern raksasa. Menyadari ancaman kegagalan pasar tersebut, Pemerintah Kabupaten Aceh Timur mengambil langkah intervensi tegas dengan tidak memberikan izin operasional bagi ritel modern berjejaring. Kebijakan proteksi ini diperkuat secara hukum melalui Peraturan Bupati Aceh Timur Nomor 44 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Penanaman Modal yang mewajibkan perlindungan pengusaha lokal (Pemerintah Kabupaten Aceh Timur, 2019). Kebijakan pembatasan izin tersebut juga didukung penuh oleh Dewan Pimpinan Cabang Badan Advokasi Indonesia (BAI) Aceh Timur yang menekankan pentingnya konsistensi pemerintah daerah dalam memihak ekonomi kerakyatan (Info Aceh Timur, 2023).

Pertumbuhan UMKM merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pembangunan ekonomi daerah karena mencerminkan peningkatan kapasitas usaha yang dimiliki

pelaku usaha kecil dan menengah. Pertumbuhan tersebut dapat terlihat melalui peningkatan omzet penjualan, jumlah pelanggan, aset usaha, tenaga kerja, maupun perluasan pasar. Dalam perspektif *Theory of the Growth of the Firm*, pertumbuhan usaha dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki serta kemampuannya beradaptasi terhadap lingkungan eksternal yang terus berubah (Penrose, 1959). Oleh karena itu, faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan perilaku konsumen menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan karena dapat menciptakan peluang maupun hambatan bagi perkembangan UMKM. Dengan demikian, kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan UMKM menjadi relevan untuk dilakukan guna memahami keberlanjutan dan daya saing UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Secara empiris, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi eksistensi dan kinerja UMKM. Studi awal menegaskan bahwa ekspansi minimarket menekan pendapatan pedagang kecil secara signifikan (Affandi, 2024; Sambuardi, 2025). Sementara itu, kajian-kajian terkini mulai berfokus pada indikator pertumbuhan UMKM secara lebih luas. Kehadiran ritel modern ditemukan mengubah pola belanja masyarakat dan memengaruhi omzet UMKM (Ningsih et al., 2025). Dari sisi regulasi, kebijakan pemerintah terbukti memiliki peran krusial dalam mendorong pertumbuhan usaha (Oktayani & Dewi, 2024), sementara faktor internal orientasi pasar juga tidak kalah penting

(Hendriati et al., 2024). Di sisi lain, terkait efektivitas regulasi proteksi, kebijakan pelarangan pembangunan ritel modern terbukti efektif menjaga stabilitas ekonomi pedagang tradisional (Rasaili, 2020).

Meskipun literatur di atas telah memberikan gambaran empiris yang kaya, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat parsial. Belum ada kajian yang secara spesifik mengintegrasikan variabel kebijakan pembatasan izin ritel modern (sebagai instrumen regulasi pemerintah) dan perilaku konsumen (sebagai faktor penggerak pasar) di dalam satu kerangka analisis empiris secara bersamaan. Ketiadaan analisis yang menguji interaksi simultan dari kedua variabel tersebut menyisakan kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam memahami determinan pertumbuhan UMKM, khususnya di wilayah yang menerapkan pengawasan izin sangat ketat seperti di Kabupaten Aceh Timur. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan empiris tersebut melalui skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur?

2. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur?
3. Bagaimana pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen secara simultan terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan tertentu, Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.
2. Untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.
3. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen secara simultan terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki manfaat tertentu, Adapun yang menjadi manfaat dengan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen, khususnya dalam kajian mengenai regulasi ritel modern, perilaku konsumen, dan

pertumbuhan UMKM, sekaligus memperluas literatur terkait dampak pembatasan izin ritel modern terhadap UMKM di daerah dengan pengawasan ketat seperti Kabupaten Aceh Timur, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji dinamika ritel modern dan UMKM pada wilayah dengan karakteristik sosial-ekonomi yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah Kabupaten Aceh Timur : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar empiris dalam merumuskan serta mengevaluasi kebijakan pembatasan izin ritel modern agar tidak merugikan UMKM, sekaligus memberikan gambaran mengenai dampak perilaku belanja masyarakat terhadap keberlanjutan ekonomi lokal.
- b. Bagi Pelaku UMKM : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai faktor eksternal yang memengaruhi pertumbuhan usaha, khususnya keberadaan ritel modern dan perilaku konsumen, serta menjadi rujukan dalam menyusun strategi adaptasi untuk meningkatkan daya saing.
- c. Bagi Ritel Modern : Sebagai bahan pertimbangan dalam menyesuaikan strategi ekspansi dan operasional agar selaras dengan kebijakan daerah dan lebih sensitif terhadap keberadaan UMKM lokal.

- d. Manfaat Sosial : Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai dampak perilaku konsumsi terhadap keberlangsungan UMKM lokal dan Mendorong terciptanya keseimbangan antara pembangunan ekonomi modern dan perlindungan pedagang kecil di Aceh Timur.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap skripsi ini, berikut disajikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini, rumusan masalah mengenai permasalahan yang timbul dari penelitian ini, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Dari landasan teori dan penelitian terdahulu yang diterapkan di bab I maka didapat kerangka pemikiran konseptual. Di akhir bab ini terdapat hipotesis penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

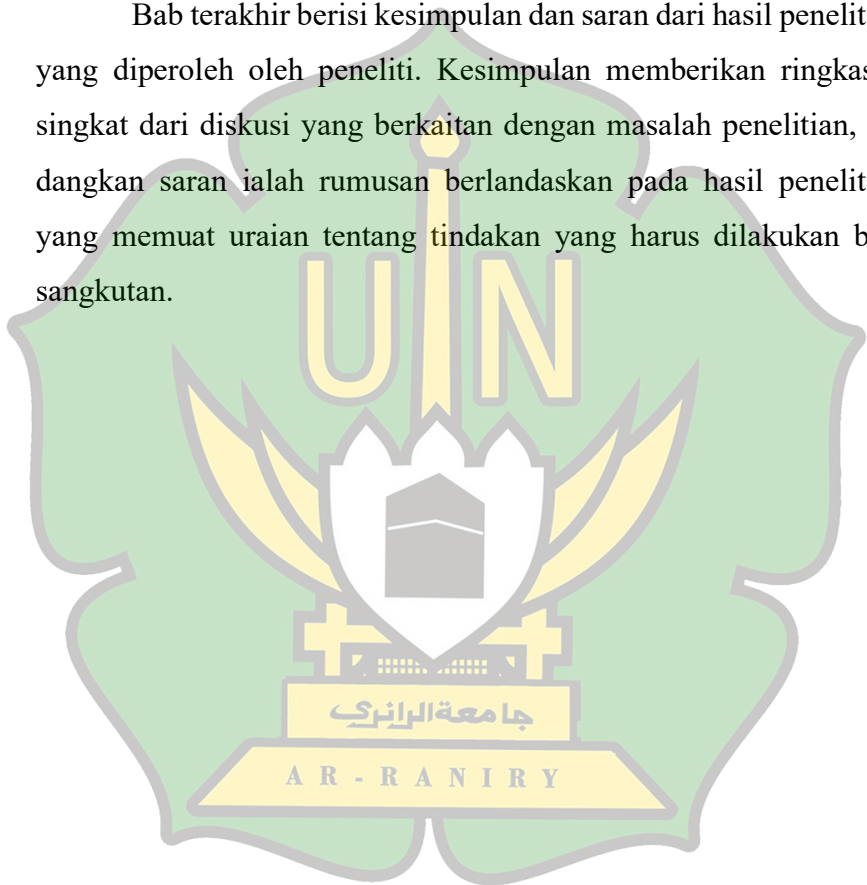
Bab yang memaparkan tentang desain penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknis dan analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisis dan hasil pengelolaan data serta pembahasan tentang temuan hasil yang diperoleh oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN

Bab terakhir berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti. Kesimpulan memberikan ringkasan singkat dari diskusi yang berkaitan dengan masalah penelitian, sedangkan saran ialah rumusan berlandaskan pada hasil penelitian yang memuat uraian tentang tindakan yang harus dilakukan bersangkutan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Theory: Theory of the Growth of the Firm

Theory of the Growth of the Firm dikemukakan oleh Edith Penrose melalui karyanya yang berjudul *The Theory of the Growth of the Firm* pada tahun 1959. Teori ini menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan hasil dari kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan peluang usaha dan meningkatkan kapasitas produksi. Menurut Penrose (1959), perusahaan tidak hanya dipandang sebagai kumpulan aset fisik, tetapi juga sebagai kumpulan sumber daya produktif yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas kegiatan usaha dan meningkatkan kinerja perusahaan secara berkelanjutan.

Penrose (1959) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya internal serta kemampuannya dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan eksternal. Sumber daya yang dimiliki perusahaan akan memberikan manfaat optimal apabila digunakan secara efektif untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pangsa pasar, dan mengembangkan usaha. Oleh karena itu, pertumbuhan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, tetapi juga oleh kondisi lingkungan usaha yang memengaruhi aktivitas bisnis.

Lebih lanjut, Penrose (1959) menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu memanfaatkan peluang yang tersedia di lingkungan bisnis akan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk

berkembang dibandingkan perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan. Dengan demikian, pertumbuhan perusahaan merupakan hasil interaksi antara sumber daya internal yang dimiliki perusahaan dan kondisi eksternal yang memengaruhi aktivitas usaha.

Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), teori ini menjelaskan bahwa pertumbuhan usaha dapat tercermin melalui peningkatan pendapatan, bertambahnya jumlah pelanggan, serta perkembangan usaha yang berkelanjutan. Pertumbuhan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan perilaku konsumen (Penrose, 1959).

Penelitian ini menggunakan *Theory of the Growth of the Firm* sebagai *grand theory* karena teori ini mampu menjelaskan pertumbuhan UMKM sebagai variabel dependen. Kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen dipandang sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang usaha dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, teori ini menjadi landasan utama dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini.

2.2 Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Pengertian UMKM

Ritel modern merupakan sistem penjualan eceran yang dikelola secara profesional dengan standar operasional baku dan penggunaan teknologi yang maju. Menurut Kotler & Armstrong (2018), ritel modern adalah kegiatan menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir melalui format toko dengan pengelolaan profesional, pencatatan digital, serta tata ruang yang terstandarisasi. Ritel modern umumnya menerapkan sistem Ritel Modern, pencantuman harga tetap, dan manajemen rantai pasok terintegrasi. Ritel Modern seperti Alfamart dan Indomaret adalah contoh ritel modern yang paling dominan di Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Definisi ini merujuk pada ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang menjadi dasar hukum dalam pengelompokan dan pengembangan UMKM di Indonesia (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah dibedakan berdasarkan nilai aset, omzet, serta skala usahanya. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Todaro & Smith (2006) menyatakan bahwa UMKM berkontribusi penting dalam pembangunan ekonomi daerah, khususnya melalui pemerataan pendapatan dan pengurangan kemiskinan. Dalam konteks daerah, keberadaan UMKM menjadi tulang punggung perekonomian lokal karena bersentuhan langsung dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Oleh karena itu, keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan ekonomi suatu wilayah.

2.2.2 Pengertian Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM dapat diartikan sebagai proses peningkatan kinerja usaha yang ditunjukkan melalui perkembangan skala usaha dalam periode tertentu. Menurut Tambunan (2012), pertumbuhan UMKM tercermin dari peningkatan kapasitas produksi, omzet penjualan, jumlah tenaga kerja, serta kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Pertumbuhan tersebut menunjukkan kemampuan UMKM dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan ekonomi dan pasar.

Pertumbuhan UMKM tidak hanya diukur dari aspek kuantitatif, tetapi juga dari keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. UMKM yang mampu bertumbuh adalah usaha yang dapat mempertahankan eksistensinya, meningkatkan daya saing, serta menyesuaikan strategi usaha sesuai dengan dinamika pasar. Dengan demikian, pertumbuhan UMKM mencerminkan keberhasilan pelaku usaha dalam mengelola usaha secara berkelanjutan (Kotler et al., 2022; Tambunan, 2012; Todaro & Smith, 2006).

2.2.3 Indikator Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang umum digunakan dalam kajian ekonomi dan bisnis, antara lain:

1. **Peningkatan Pendapatan**

Pendapatan mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas penjualan. Peningkatan pendapatan menunjukkan adanya pertumbuhan kinerja usaha serta meningkatnya permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

2. **Jumlah Pelanggan**

Jumlah pelanggan menggambarkan tingkat penerimaan pasar terhadap produk atau jasa UMKM. Bertambahnya jumlah pelanggan menunjukkan meningkatnya daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap usaha tersebut.

3. **Perkembangan Usaha**

Perkembangan usaha menunjukkan adanya peningkatan kapasitas dan skala usaha, baik dari sisi produksi, variasi produk, maupun perluasan pasar. Hal ini mencerminkan kemampuan UMKM untuk tumbuh dan beradaptasi dalam menghadapi persaingan.

Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat pertumbuhan UMKM secara komprehensif. Penggunaan indikator ini mengacu pada teori pertumbuhan usaha dan UMKM yang menyatakan bahwa pertumbuhan dapat dilihat dari peningkatan kinerja usaha, penyerapan tenaga kerja, keberlanjutan, serta kemampuan adaptasi terhadap pasar (Kotler et al., 2022; Tambunan, 2012; Todaro & Smith, 2006).

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan manajerial, modal usaha, dan inovasi produk. Sementara itu, faktor eksternal mencakup kebijakan pemerintah, tingkat persaingan usaha, serta perubahan perilaku konsumen (Tambunan, 2012; Todaro & Smith, 2006).

Kebijakan pemerintah, khususnya kebijakan pembatasan izin ritel modern, dapat memengaruhi tingkat persaingan yang dihadapi UMKM. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang cenderung memilih ritel modern juga berdampak pada permintaan terhadap produk UMKM. Oleh karena itu, pertumbuhan UMKM (Y) dalam penelitian ini dipengaruhi oleh kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) dan perilaku konsumen (X_2), sehingga kedua variabel tersebut relevan untuk dianalisis secara simultan (Dye, 2008; Islamy, 2002; Kotler et al., 2022).

2.3 Konsep Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern

2.3.1 Pengertian Ritel Modern

Ritel merupakan kegiatan perdagangan yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan penggunaan atau konsumsi. Dalam perkembangannya, kegiatan ritel mengalami perubahan dari sistem perdagangan sederhana menuju sistem yang lebih terorganisasi dengan penggunaan teknologi, pengelolaan persediaan, penataan barang, serta pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Perkembangan tersebut melahirkan bentuk perdagangan ritel modern yang memiliki sistem pengelolaan lebih terstruktur dibandingkan perdagangan eceran tradisional (Levy & Weitz, 2012). Data bibliografis *Retailing Management* karya Levy dan Weitz menunjukkan bahwa buku tersebut membahas pengelolaan ritel, termasuk berbagai bentuk dan strategi pengelolaan usaha ritel.

Ritel merupakan kegiatan perdagangan yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan penggunaan atau konsumsi. Dalam perkembangannya, kegiatan ritel mengalami perubahan dari sistem perdagangan sederhana menuju sistem yang lebih terorganisasi dengan penggunaan teknologi, pengelolaan persediaan, penataan barang, serta pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Perkembangan tersebut melahirkan bentuk perdagangan ritel modern yang memiliki sistem pengelolaan lebih terstruktur dibandingkan perdagangan eceran tradisional (Levy & Weitz, 2012). Data bibliografis *Retailing Management* karya Levy

dan Weitz menunjukkan bahwa buku tersebut membahas pengelolaan ritel, termasuk berbagai bentuk dan strategi pengelolaan usaha ritel.

Ritel modern dalam penelitian ini merujuk pada kegiatan perdagangan eceran yang dikelola dengan sistem yang lebih terorganisasi dan memiliki jaringan usaha, khususnya minimarket berjejaring seperti Alfamart dan Indomaret. Karakteristik tersebut membedakannya dari sebagian besar usaha perdagangan kecil yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat. Dengan demikian, ritel modern dalam penelitian ini dipahami sebagai salah satu bentuk kegiatan perdagangan eceran yang keberadaannya dapat berinteraksi dan bersaing dengan UMKM yang bergerak dalam bidang perdagangan.

2.3.2 Ritel Modern dan UMKM

Ritel modern dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan dua konsep yang berbeda. Ritel modern mengacu pada bentuk dan sistem kegiatan perdagangan eceran, sedangkan UMKM mengacu pada kelompok usaha yang diklasifikasikan berdasarkan skala dan karakteristik usaha. Dengan demikian, ritel modern tidak dapat secara langsung diposisikan sebagai lawan dari UMKM karena keduanya memiliki dasar pengelompokan yang berbeda. Pengaturan mengenai UMKM di Indonesia antara lain tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 yang mengatur kemudahan, perlindungan, dan

pemberdayaan koperasi serta UMKM (Pemerintah Republik Indonesia, 2021).

Meskipun demikian, ritel modern dapat menjadi pesaing bagi UMKM yang menjalankan kegiatan perdagangan eceran karena keduanya dapat menawarkan produk yang ditujukan kepada konsumen pada pasar yang sama. Perbedaan sistem pengelolaan, skala usaha, kemampuan menyediakan produk, serta strategi pelayanan dan pemasaran dapat memengaruhi tingkat persaingan antara keduanya. Oleh karena itu, keberadaan ritel modern perlu dipertimbangkan dalam kebijakan penataan perdagangan agar perkembangan kegiatan perdagangan tetap memberikan ruang bagi usaha mikro dan kecil. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah yang memberikan perhatian terhadap perlindungan dan pemberdayaan UMKM (Pemerintah Republik Indonesia, 2021).

Dalam penelitian ini, hubungan antara ritel modern dan UMKM dilihat dari kebijakan pembatasan izin ritel modern di Kabupaten Aceh Timur. Kebijakan tersebut dipandang sebagai salah satu bentuk pengaturan kegiatan perdagangan yang dapat memengaruhi kondisi persaingan usaha dan ruang pasar bagi UMKM. Dengan demikian, penelitian tidak menempatkan ritel modern sebagai "lawan" UMKM secara mutlak, tetapi sebagai salah satu bentuk usaha perdagangan yang keberadaannya dapat menjadi faktor persaingan bagi UMKM, khususnya UMKM yang bergerak pada sektor perdagangan eceran.

2.3.3 Ritel Modern dan Ritel Tradisional

Dalam kegiatan perdagangan eceran, ritel modern memiliki karakteristik yang berbeda dengan perdagangan eceran tradisional. Ritel modern pada umumnya menggunakan sistem pengelolaan yang lebih terorganisasi, mulai dari penataan barang, pengelolaan persediaan, sistem pembayaran hingga pelayanan kepada konsumen. Sementara itu, perdagangan eceran tradisional umumnya memiliki skala usaha yang lebih sederhana dan hubungan antara penjual dengan konsumen yang lebih langsung. Perbedaan karakteristik tersebut menunjukkan adanya variasi bentuk pengelolaan dalam kegiatan perdagangan eceran (Levy & Weitz, 2012).

Dalam konteks kebijakan perdagangan di Indonesia, pengaturan mengenai perdagangan modern sebelumnya menggunakan istilah "toko modern", sedangkan regulasi yang berlaku saat ini menggunakan istilah "toko swalayan". Permendag Nomor 23 Tahun 2021 mencabut Permendag Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 mengenai pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2021).

Perbedaan tersebut penting dalam penelitian ini karena kebijakan pembatasan izin ritel modern berkaitan dengan penataan kegiatan perdagangan yang keberadaannya dapat memengaruhi persaingan dengan usaha perdagangan yang dijalankan oleh masyarakat. Dengan adanya penataan dan pembinaan, pemerintah dapat mengatur perkembangan pusat perbelanjaan dan toko

swalayan dengan tetap memperhatikan kepentingan pelaku usaha lainnya.

2.3.4 Pengertian Kebijakan Publik

Kebijakan publik adalah serangkaian tindakan yang dibuat oleh pemerintah untuk menyelesaikan masalah-masalah publik dengan mempertimbangkan lingkungan sosial, ekonomi, dan politik (Dye, 2008) Kebijakan ini biasanya berupa regulasi, program, maupun keputusan administratif. Dalam konteks ritel modern, kebijakan publik digunakan untuk mengatur ekspansi usaha agar tidak menimbulkan ketidakseimbangan terhadap ekonomi lokal, termasuk UMKM.

2.3.5 Konsep Pembatasan Izin Usaha Ritel Modern

Pembatasan izin usaha merupakan salah satu bentuk regulasi pemerintah yang bertujuan untuk mengendalikan jumlah, lokasi, serta operasional suatu kegiatan usaha agar sesuai dengan kapasitas wilayah dan kepentingan masyarakat. Menurut Islamy (2002), pembatasan izin merupakan tindakan pemerintah dalam melindungi kepentingan umum serta menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan stabilitas sosial. Dalam konteks ritel modern, kebijakan ini menjadi penting karena keberadaan ritel modern berpotensi menimbulkan tekanan terhadap pelaku usaha kecil, terutama apabila tidak diatur secara proporsional. Oleh karena itu, pembatasan izin dilakukan untuk menghindari persaingan yang tidak sehat dengan UMKM, mengatur zonasi lokasi usaha agar tidak terlalu dekat dengan pasar tradisional atau permukiman tertentu,

melindungi pedagang kecil, serta mengendalikan pertumbuhan gerai ritel modern yang berlebihan.

Sejalan dengan itu, teori intervensi pemerintah dalam ekonomi yang dikemukakan oleh Stiglitz (1994) menyatakan bahwa pemerintah memiliki kewenangan untuk mengatur kegiatan ekonomi yang berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan pasar. Dalam kasus ritel modern, intervensi melalui pembatasan izin menjadi relevan karena meningkatnya minat masyarakat terhadap ritel modern, keterbatasan daya saing UMKM apabila ritel modern beroperasi dalam jarak yang terlalu dekat, serta adanya perubahan pola belanja masyarakat yang dapat merugikan toko tradisional. Selain itu, ekspansi ritel modern juga berpotensi menyebabkan distribusi keuntungan ekonomi menjadi tidak merata. Dengan demikian, pembatasan izin ritel modern dapat dipahami sebagai instrumen kebijakan yang bertujuan menjaga keseimbangan struktur pasar serta melindungi keberlangsungan pelaku usaha kecil dalam sistem perekonomian daerah.

2.3.6 Landasan Regulasi Ritel Modern di Indonesia

Pemerintah Indonesia telah beberapa kali mengatur ritel modern melalui berbagai regulasi, di antaranya:

1. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Ritel Modern, yang mengatur zonasi, jarak, serta

kemitraan antara ritel modern dan UMKM (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2013).

2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Perdagangan, yang menekankan pentingnya kemitraan antara ritel modern dan usaha kecil (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2021).
3. Peraturan daerah atau peraturan bupati di tingkat lokal yang mengatur zonasi ritel modern sesuai dengan kebutuhan daerah masing-masing.

2.3.7 Tujuan Pembatasan Izin Ritel Modern

Menurut (Todaro & Smith, 2006), kebijakan pembatasan izin ritel modern merupakan salah satu instrumen pemerintah dalam mendorong pemerataan pembangunan ekonomi daerah serta menjaga keseimbangan struktur pasar antara usaha besar dan usaha kecil. Kebijakan ini tidak hanya bertujuan mengendalikan ekspansi ritel modern, tetapi juga melindungi pelaku usaha kecil agar tetap mampu bersaing dalam sistem ekonomi yang semakin kompetitif. Secara lebih rinci, tujuan dari kebijakan pembatasan izin ritel modern meliputi:

1. Melindungi keberlangsungan UMKM dan pedagang kecil agar tidak tergerus oleh persaingan dengan ritel modern.
2. Menjaga keseimbangan antara ritel modern dan ritel tradisional dalam struktur perdagangan daerah.

3. Mengurangi potensi konflik sosial akibat penetrasi ritel modern di tengah masyarakat lokal.
4. Menjaga tata ruang dan zonasi wilayah agar tidak menimbulkan kepadatan usaha maupun kemacetan.
5. Menjamin pemerataan ekonomi pada tingkat lokal sehingga manfaat pembangunan dapat dirasakan secara lebih merata.

2.4 Konsep Perilaku Konsumen

2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan kajian tentang bagaimana individu atau kelompok dalam masyarakat mengambil keputusan untuk memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kotler et al. (2022) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai seluruh aktivitas yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah pembelian suatu produk atau jasa. Proses tersebut mencerminkan preferensi konsumen terhadap pilihan produk, merek, maupun tempat berbelanja.

Schiffman & Wisenblit (2019) menambahkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang membentuk sikap, persepsi, serta pola konsumsi seseorang. Dengan demikian, perilaku konsumen dapat disimpulkan sebagai proses pengambilan keputusan masyarakat yang menentukan pilihan konsumsi, termasuk pemilihan tempat berbelanja. Dalam penelitian ini,

perilaku konsumen merujuk pada kecenderungan masyarakat Aceh Timur dalam memilih ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret dibandingkan UMKM berupa warung atau toko tradisional.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk preferensi dan keputusan pembelian. Menurut Kotler et al., (2022), faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen antara lain harga, kenyamanan, lokasi, promosi, dan gaya hidup.

1. Harga

Harga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan pilihan tempat berbelanja. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan harga lebih kompetitif serta berbagai promo yang menarik.

2. Kenyamanan dan kualitas pelayanan

Tingkat kenyamanan dalam berbelanja turut memengaruhi keputusan konsumen, yang tercermin dari kondisi kebersihan toko, penataan ruang yang rapi, serta kecepatan dan ketepatan dalam proses pelayanan dan transaksi.

3. Lokasi dan aksesibilitas

Lokasi usaha dan kemudahan akses menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen. Tempat

berbelanja yang berada dekat dengan pemukiman serta mudah dijangkau cenderung lebih dipilih dibandingkan usaha yang lokasinya kurang strategis.

Faktor-faktor tersebut sejalan dengan teori perilaku konsumen dan manajemen ritel yang menyatakan bahwa harga, kenyamanan, kualitas pelayanan, serta lokasi merupakan determinan utama dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Berman & Evans, 2013; Kotler et al., 2022; Levy & Weitz, 2012; Schiffman & Wisenblit, 2019).

Promosi dan variasi produk yang ditawarkan ritel modern semakin mendorong konsumen untuk beralih dari warung tradisional. Di sisi lain, perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kepraktisan dan efisiensi waktu turut memperkuat kecenderungan konsumen dalam memilih ritel modern. Faktor-faktor tersebut secara keseluruhan membentuk perubahan pola belanja masyarakat yang berimplikasi pada daya saing UMKM. Kondisi ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dan manajemen ritel yang menyatakan bahwa promosi, variasi produk, serta gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan pola konsumsi masyarakat (Kotler et al., 2022; Levy & Weitz, 2012; Schiffman & Wisenblit, 2019; Utami, 2010). Perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen yang menjadi tantangan utama bagi keberlangsungan UMKM tradisional.

2.4.3 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pelaku UMKM

Perilaku konsumen memiliki keterkaitan dengan keberlangsungan kegiatan usaha karena keputusan konsumen dalam memilih produk dan tempat berbelanja dapat memengaruhi permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dapat mencakup harga, lokasi, kenyamanan, kondisi tempat usaha, serta kegiatan promosi yang diberikan oleh penjual (Kotler & Keller, 2016).

Bagi pelaku UMKM, perubahan kecenderungan konsumen menjadi salah satu kondisi yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha. Pelaku usaha dapat menyesuaikan produk, harga, pelayanan, lokasi, maupun strategi promosi berdasarkan kondisi pasar dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, kemampuan pelaku UMKM dalam memahami kecenderungan konsumen dapat membantu usaha menyesuaikan diri terhadap perubahan permintaan pasar (Kotler & Keller, 2016).

Dalam penelitian ini, perilaku konsumen tidak diukur melalui jawaban konsumen secara langsung, tetapi melalui **persepsi pelaku UMKM sebagai responden penelitian**. Pelaku UMKM memberikan penilaian mengenai kecenderungan konsumen yang mereka hadapi dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendekatan ini digunakan untuk melihat bagaimana faktor-faktor seperti harga, kenyamanan, kebersihan, lokasi, promosi, dan penawaran khusus

dipersepsikan berkaitan dengan aktivitas pembelian konsumen dan pertumbuhan usaha UMKM.

2.5 Keterkaitan Variabel

2.5.1 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern Terhadap Pertumbuhan UMKM

Kebijakan pembatasan izin ritel modern merupakan bentuk intervensi pemerintah dalam mengatur struktur pasar guna menjaga keseimbangan antara pelaku usaha besar dan kecil. Dalam perspektif ekonomi publik, intervensi ini diperlukan ketika mekanisme pasar tidak mampu menciptakan persaingan yang adil, sehingga pemerintah berperan dalam mengoreksi ketidaksempurnaan pasar (Stiglitz, 1994). Pembatasan izin melalui pengaturan zonasi, jarak, dan jumlah gerai bertujuan untuk mengurangi tekanan kompetitif terhadap UMKM, khususnya usaha kecil tradisional yang memiliki keterbatasan modal dan akses pasar.

Secara empiris, beberapa penelitian menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern dapat menimbulkan tekanan terhadap UMKM akibat pergeseran preferensi konsumen serta persaingan harga yang lebih kompetitif dibandingkan usaha tradisional (Pontoh et al., 2024; Timbuleng et al., 2023). Kondisi tersebut mendorong pemerintah untuk menerapkan kebijakan pembatasan izin ritel modern sebagai upaya menjaga keseimbangan persaingan usaha dan melindungi keberlangsungan UMKM. Penelitian Rasaili (2020) menunjukkan bahwa kebijakan pembatasan ritel modern dapat memberikan ruang bagi pelaku usaha kecil untuk tetap berkembang

di tengah persaingan pasar. Dengan demikian, kebijakan pembatasan izin ritel modern diduga memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan UMKM, baik melalui pengendalian tingkat persaingan maupun perlindungan terhadap struktur pasar lokal.

2.5.2 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM

Perilaku konsumen merupakan faktor utama yang menentukan tingkat permintaan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Dalam teori pemasaran, keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas produk, kenyamanan, serta pengalaman berbelanja yang dirasakan konsumen (Kotler et al., 2022). Perubahan preferensi konsumen, khususnya dalam memilih tempat berbelanja, akan berdampak langsung terhadap jumlah pelanggan dan pendapatan pelaku UMKM.

Secara empiris, perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan UMKM karena keputusan masyarakat dalam memilih tempat berbelanja akan menentukan tingkat permintaan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan pelaku usaha kecil. Perubahan preferensi konsumen yang cenderung beralih ke ritel modern dapat menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan pada UMKM tradisional. Penelitian Pontoh et al. (2024) dan Timbuleng et al. (2023) menunjukkan bahwa kehadiran ritel modern berdampak pada penurunan omzet pedagang kecil akibat menurunnya jumlah konsumen. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa perubahan perilaku konsumen berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM,

baik dari sisi pendapatan, jumlah pelanggan, maupun perkembangan usaha. Dengan demikian, semakin besar perubahan preferensi belanja masyarakat ke ritel modern, maka semakin besar pula potensi tekanan terhadap pertumbuhan UMKM lokal.

2.5.3 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi antara kebijakan pemerintah dan dinamika pasar, termasuk perilaku konsumen. Dalam kerangka ekonomi pembangunan, keberhasilan UMKM sangat ditentukan oleh lingkungan eksternal yang mendukung, seperti regulasi yang kondusif serta permintaan pasar yang stabil (Todaro & Smith, 2006). Kebijakan pembatasan izin ritel modern berperan dalam mengatur struktur persaingan, sementara perilaku konsumen menentukan distribusi permintaan dalam pasar.

Secara simultan, kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen diduga memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan UMKM. Kebijakan pembatasan izin ritel modern berperan dalam menjaga keseimbangan persaingan usaha serta memberikan ruang bagi UMKM untuk berkembang di tengah ekspansi ritel modern (Rasaili, 2020). Di sisi lain, perilaku konsumen menentukan tingkat permintaan terhadap produk dan jasa UMKM melalui preferensi masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Pergeseran preferensi konsumen ke ritel modern dapat

berdampak pada menurunnya jumlah pelanggan dan omzet pedagang kecil, sebagaimana ditemukan dalam penelitian Pontoh et al. (2024), Timbuleng et al. (2023), dan Sambuardi (2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah dalam mengatur persaingan usaha, tetapi juga oleh perubahan perilaku konsumen dalam aktivitas konsumsi. Oleh karena itu, analisis kedua variabel secara simultan menjadi penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan UMKM secara lebih komprehensif.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi dasar penting dalam menyusun penelitian ini karena memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara ritel modern, kebijakan pemerintah, perilaku konsumen, dan kinerja UMKM. Selain itu, kajian penelitian terdahulu berfungsi untuk menunjukkan posisi penelitian ini serta mengidentifikasi kesenjangan penelitian (research gap) yang belum banyak dikaji.

Pontoh et al, (2024) meneliti dampak ekspansi ritel modern terhadap pendapatan pedagang kecil di Sulawesi Tengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan membandingkan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah berdirinya ritel modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil di sekitar lokasi usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa ritel

modern memiliki daya saing yang lebih kuat dibandingkan usaha kecil tradisional.

Timbuleng et. al, (2023) melakukan penelitian mengenai pengaruh keberadaan Indomaret terhadap pendapatan warung tradisional di Kabupaten Halmahera Barat. Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan jumlah pelanggan dan omzet warung tradisional setelah berdirinya ritel modern. Penelitian ini menegaskan bahwa perubahan preferensi konsumen menjadi faktor utama yang menyebabkan melemahnya kinerja usaha kecil di daerah tersebut.

Sambuardi (2025) menganalisis pengaruh kehadiran ritel modern terhadap pendapatan pedagang pasar di Sumatera Utara. Penelitian ini menemukan bahwa ekspansi minimarket berjejaring berdampak signifikan terhadap penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional. Penelitian tersebut menekankan bahwa tanpa regulasi yang jelas, ritel modern berpotensi mengancam keberlanjutan UMKM.

Rasaili (2020) meneliti kebijakan larangan ritel modern di Kabupaten Banyuwangi sebagai upaya perlindungan UMKM lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pembatasan izin ritel modern mampu menjaga stabilitas pendapatan pedagang kecil dan keberlangsungan pasar tradisional. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kebijakan pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan keseimbangan antara ritel modern dan UMKM.

Astiana et al, (2024) meneliti dampak keberadaan minimarket Alfamart terhadap pendapatan UMKM di Kota Watampone.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap 15 pedagang besar dan pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket Alfamart menyebabkan penurunan pendapatan UMKM, yang sebelumnya mampu memperoleh keuntungan hingga sekitar 10 juta rupiah per hari. Penurunan pendapatan tersebut dipicu oleh peralihan preferensi konsumen ke minimarket yang dinilai lebih nyaman dan lengkap, serta kurangnya perlindungan kebijakan pemerintah terhadap keberlangsungan usaha UMKM lokal. Penelitian ini menegaskan bahwa ekspansi ritel modern dapat memberikan tekanan ekonomi yang signifikan terhadap pelaku UMKM di daerah perkotaan.

Hikma & Sarnawiah (2020) melakukan penelitian mengenai pengaruh keberadaan minimarket terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Turikale, Kabupaten Maros. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana, korelasi, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional, dengan nilai koefisien regresi yang menunjukkan setiap penambahan unit minimarket akan menurunkan pendapatan pedagang. Temuan ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan minimarket secara langsung berdampak pada menurunnya daya saing usaha tradisional di wilayah penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al, (2022) bertujuan untuk menganalisis tantangan UMKM dalam menghadapi perusahaan retail modern seperti Indomaret dan Alfamart, dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan retail modern memberikan persaingan yang ketat bagi UMKM, namun jika pemerintah mampu menerapkan Agile Governance yang gesit, maka UMKM dapat beradaptasi dan berkembang seiring dengan kemajuan ekonomi daerah. Namun demikian, terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada aspek lokasi dan variabel analisis, di mana penelitian tersebut hanya berfokus pada tantangan UMKM di Provinsi Kepulauan Riau menghadapi retail modern, sedangkan penelitian ini mengkaji secara lebih komprehensif pengaruh Agile Governance dan persaingan retail modern terhadap pertumbuhan UMKM di berbagai wilayah

Penelitian yang dilakukan oleh Affandi (2024) bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan penjualan pedagang kecil di Kecamatan Tenggarong dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode penelitian empiris berupa wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan minimarket memberi dampak negatif signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil dan menyebabkan kehilangan konsumen. Namun demikian, terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada aspek variabel, di mana penelitian tersebut hanya berfokus pada variabel

pendapatan dan persepsi masyarakat, sedangkan penelitian ini mengkaji secara lebih komprehensif pengaruh omzet penjualan dan persepsi terhadap pendapatan pedagang kecil di Kecamatan Tenggara-rong

Penelitian yang dilakukan oleh Suhajatno & Jitmau (2025) pengaruh kehadiran pasar modern (Alfamart dan Indomaret) terhadap keberlangsungan UMKM di Kabupaten Sorong dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, terutama ditunjukkan oleh penurunan omzet dan berkurangnya jumlah pelanggan akibat pergeseran preferensi konsumen ke ritel modern yang menawarkan kenyamanan, harga, dan kelengkapan produk. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian, di mana penelitian Suhajatno & Jitmau (2025) menitikberatkan pada dampak langsung pasar modern terhadap UMKM, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menganalisis secara lebih komprehensif peran kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) dan perilaku konsumen (X_2) terhadap pertumbuhan UMKM (Y) di Kabupaten Aceh Timur.

Ningsih et al. (2025) meneliti dampak kehadiran minimarket terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Dompu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran minimarket berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Kehadiran

minimarket menyebabkan terjadinya perubahan pola belanja masyarakat yang berdampak pada perkembangan usaha dan omzet pelaku UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi pertumbuhan UMKM di suatu wilayah.

Hendriati et al. (2024) meneliti pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kapabilitas inovasi terhadap pertumbuhan UMKM di kawasan Jabodetabek menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar serta melakukan inovasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan pertumbuhan usaha.

Oktayani dan Dewi (2024) meneliti pengaruh akses keuangan, modal keuangan, dan kebijakan pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Buleleng menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses keuangan, modal keuangan, dan kebijakan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan pemerintah dan kemudahan akses sumber daya usaha menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, berikut ini disajikan tabel penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul, dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1	Affandi (2024) "Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Keberlangsungan Penjualan Pedagang Kecil di Kecamatan Tenggarong"	Metode empiris kualitatif (wawancara langsung dan observasi).	Pedagang kecil mengalami penurunan omzet yang signifikan karena minimarket lebih strategis dan lengkap, sementara pedagang kecil terhalang faktor modal.	Meneliti dampak minimarket terhadap pedagang tradisional.	Berfokus pada lokasi di Kecamatan Tenggarong dan menggunakan metode empiris kualitatif murni..
2	Pontoh et al. (2024) "Analisis Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Ritel Tradisional di Desa Wuasa Kecamatan Lore Utara"	Pendekatan Pendekatan deskriptif kualitatif menggunakan data primer (observasi, wawancara, dokumentasi).	Kehadiran ritel modern (Alfamidi) memberikan dampak signifikan berupa penurunan keuntungan dan omzet penjualan pedagang tradisional.	Menganalisis penurunan pendapatan pedagang akibat ekspansi ritel modern (Alfamidi).	Lokasi penelitian berada di tingkat desa (Desa Wuasa, Kecamatan Lore Utara).

Tabel 2.1
Lanjutan

3	Sambuardi (2025) "Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Puan Maimun di Tanjung Balai Karimun"	Metodologi kualitatif yang didukung oleh survei lapangan dan kuesioner.	Kehadiran minimarket menyebabkan penurunan pendapatan harian yang signifikan, di mana 86% responden melaporkan penurunan pendapatan antara 15% hingga 50%	Mengkaji implikasi ekspansi minimarket terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional.	Mengambil studi kasus spesifik di dalam satu pasar tradisional, yaitu Pasar Puan Maimun di Tanjung Balai Karimun.
4	Suhajatno & Jitmau (2025) "Pengaruh Signifikan Kehadiran Pasar Modern (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Keberlangsungan UMKM Di Kelurahan Malawili, Kabupaten Sorong"	Kuantitatif dengan metodologi deskriptif dan teknik analisis regresi linier sederhana	Kehadiran pasar modern berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keberlangsungan UMKM, memicu persaingan kuat karena faktor harga dan kenyamanan.	Mengukur dampak ritel modern (Indomaret dan Alfamart) terhadap eksistensi dan keberlangsungan UMKM.	Menggunakan pendekatan kuantitatif parametrik (uji normalitas, heteroskedastisitas, regresi) di Kabupaten Sorong.

Tabel 2.1
Lanjutan

5	Astiana et al. (2024) "Dampak Keberadaan Minimarket Alfamart Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Watampone"	Deskriptif kualitatif berdasarkan penelitian lapangan (<i>field research</i>) melalui wawancara terhadap 15 pedagang.	Pendapatan pedagang yang awalnya mampu mencapai keuntungan 10 juta per hari mengalami penurunan drastis setelah hadirnya minimarket Alfamart.	Menginvestigasi penurunan pendapatan UMKM/pedagang eceran setelah kemunculan Alfamart.	Secara khusus menyoroti kurangnya kepedulian pemerintah dalam pemberian izin toko ritel di Kota Watampone
6	Gunawan et al. (2022) "Tantangan UMKM Menghadapi Perusahaan Retail Modern di Era Disrupsi Indomaret dan Alfamart (Studi Kasus Provinsi Kepulauan Riau)"	Pendekatan deskriptif kualitatif melalui instrumen dokumen (studi literatur sekunder).	Indomaret dan Alfamart menjadi tempat persaingan ketat bagi UMKM, namun penerapan <i>Agile Governance</i> oleh pemerintah dapat menyinkronkan kebutuhan masyarakat dan perekonomian.	Membahas persaingan antara UMKM dan minimarket waralaba (Indomaret / Alfamart).	Fokus kajian lebih ditekankan pada tinjauan kebijakan tata kelola pemerintah (<i>Agile Governance</i>) di tingkat Provinsi.

Tabel 2.1
Lanjutan

7	Timbuleng et al. (2023) "Analisis Dampak Minimarket (Indomaret) Terhadap Warung Tradisional Di Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat"	Uji beda menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan metode <i>Paired Sample T-Test</i> .	Variabel tingkat pendapatan dan jumlah pembeli mengalami perubahan (penurunan) yang signifikan setelah munculnya Indomaret.	Mengevaluasi dampak kehadiran Indomaret terhadap pendapatan dan jumlah pembeli warung tradisional.	Secara spesifik menggunakan pengujian statistik komparatif (<i>Paired Sample T-Test</i>) untuk membandingkan kondisi "sebelum" dan "sesudah".
8	Rasaili (2020) "Kebijakan Larangan Pembangunan Ritel Modern dan Pemberdayaan Pedagang Kecil di Banyuwangi"	Metode penelitian deskriptif - eksplanatif yang bersifat literer (berbasis dokumen).	Kebijakan larangan pembangunan mal dan ritel modern berhasil memberdayakan pedagang kecil, berdampak nyata pada peningkatan ekonomi, dan mengurangi angka kemiskinan secara signifikan.	Bersinggungan dengan eksistensi pedagang kecil di tengah gempuran ritel modern.	Bukan meneliti dampak keberadaan ritel, melainkan meneliti dampak kebijakan pelarangan ritel modern terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Banyuwangi.

Tabel 2.1
Lanjutan

9	Hikma & Sarnawiah (2020) "Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros"	Analisis kuantitatif menggunakan regresi linear sederhana, koefisien korelasi, determinasi, dan uji t (SPSS).	Keberadaan minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Turikale.	Mengukur secara langsung pengaruh keberadaan minimarket terhadap tingkat pendapatan pedagang tradisional.	Menggunakan perhitungan regresi linear sederhana untuk mengukur besaran persentase pengaruh secara statistik.
10	Ningsih, Suhaety, & Fasihah (2025) "Dampak Kehadiran Mini Market terhadap Pertumbuhan UMKM di Kecamatan Dompu"	Pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner terhadap pelaku UMKM. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana.	Kehadiran minimarket berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Sebagian besar pelaku UMKM mengalami penurunan omzet akibat peralihan konsumen ke minimarket yang menawarkan harga kompetitif, promosi menarik, serta kelengkapan produk.	Penelitian hanya mengkaji pengaruh kehadiran minimarket terhadap pertumbuhan UMKM tanpa mempertimbangkan aspek kebijakan pemerintah maupun perilaku konsumen.	Sama-sama membahas ritel modern dan menggunakan pertumbuhan UMKM sebagai variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan ritel modern.

Tabel 2.1
Lanjutan

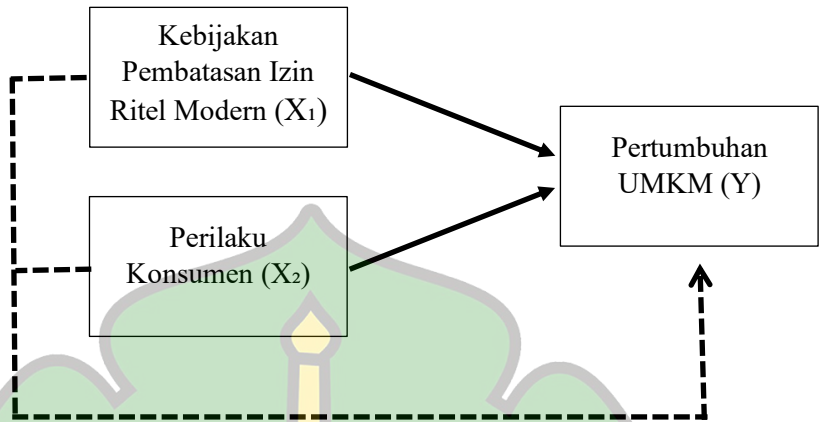
11	Hendriati et al. (2024) "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kapabilitas Inovasi terhadap Pertumbuhan UMKM di Kawasan Jabodetabek"	Pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelaku UMKM. Analisis menggunakan regresi linear berganda.	Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Kemampuan inovasi dan pemahaman pasar terbukti meningkatkan perkembangan usaha.	Variabel independen yang digunakan berfokus pada faktor internal usaha, yaitu orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi, bukan pada kebijakan ritel modern maupun perilaku konsumen.	Sama-sama menggunakan pertumbuhan UMKM sebagai variabel dependen dan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.
12	Oktayani & Dewi (2024) "Pengaruh Akses Keuangan, Modal Keuangan, dan Kebijakan Pemerintah terhadap Pertumbuhan UMKM di Kecamatan Buleleng"	Pendekatan kuantitatif dengan teknik survei kepada pelaku UMKM. Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Akses keuangan, modal keuangan, dan kebijakan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Dukungan pemerintah dan kemudahan memperoleh	Penelitian memfokuskan pada akses keuangan, modal keuangan, dan kebijakan pemerintah secara umum, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada kebijakan	Sama-sama meneliti faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan UMKM serta menggunakan metode kuantitatif dalam analisis penelitian.

			modal mendorong perkembangan usaha.	pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen	
--	--	--	-------------------------------------	--	--

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberadaan ritel modern, kebijakan pembatasan izin, dan perilaku konsumen memiliki keterkaitan erat dengan kinerja dan pertumbuhan UMKM. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya mengkaji pengaruh ritel modern atau perilaku konsumen secara parsial serta dilakukan di daerah yang berbeda. Belum banyak penelitian yang secara simultan menganalisis pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perubahan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan UMKM, khususnya dalam konteks Aceh Timur. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dan kontribusi ilmiah yang jelas dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya.

2.7 Kerangka Pemikiran Konseptual

Secara konseptual, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kebijakan pembatasan izin ritel modern berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM, karena berdasarkan teori intervensi pemerintah, kebijakan publik diperlukan untuk mengatasi ketidaksempurnaan pasar dan menciptakan persaingan yang lebih adil, sehingga dapat mendukung perkembangan UMKM (Stiglitz, 1994; Islamy, 2002).
2. Perubahan perilaku konsumen berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM melalui perubahan preferensi belanja yang memengaruhi, karena perilaku konsumen menentukan keputusan pembelian yang berdampak langsung pada permintaan terhadap

produk UMKM. Perubahan preferensi dalam memilih tempat berbelanja akan memengaruhi tingkat pendapatan dan pertumbuhan usaha (Kotler et al., 2022).

3. Kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perubahan perilaku konsumen secara bersama-sama memengaruhi pertumbuhan UMKM, karena dalam perspektif ekonomi pembangunan, kebijakan pemerintah dan dinamika pasar merupakan faktor penting yang menentukan pertumbuhan usaha, baik melalui pengaturan struktur persaingan maupun distribusi permintaan (Todaro & Smith, 2006).

Kerangka pemikiran konseptual ini menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis data pada tahap penelitian selanjutnya.

2.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran konseptual yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

Ha1: Kebijakan pembatasan izin ritel modern berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.

H01: Kebijakan pembatasan izin ritel modern tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur

Ha2 : Perilaku konsumen berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.

H02: Perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.

Ha3: Kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen secara simultan berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.

H03: Kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen secara simultan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Aceh Timur.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel secara objektif melalui pengolahan data numerik.

Jenis penelitian asosiatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada analisis hubungan antara variabel independen, yaitu kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) dan perilaku konsumen (X_2), terhadap variabel dependen, yaitu pertumbuhan UMKM (Y).

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Aceh Timur, dengan fokus lokasi penelitian di Kecamatan Idi Rayeuk yang merupakan ibu kota kabupaten. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kecamatan Idi Rayeuk merupakan pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan di Kabupaten Aceh Timur serta memiliki jumlah pelaku UMKM yang relatif lebih banyak, khususnya pada sektor perdagangan. Kondisi ini menjadikan wilayah tersebut representatif untuk menggambarkan dinamika pertumbuhan UMKM di daerah penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor perdagangan di Kabupaten Aceh Timur. Wilayah Kabupaten Aceh Timur dipilih secara khusus sebagai lokasi penelitian karena daerah ini menerapkan kebijakan proteksi yang ketat dengan tidak memberikan izin operasional bagi ritel modern berjejaring, sehingga tidak ada satu pun gerai ritel modern berjejaring yang beroperasi di wilayah ini. Oleh karena itu, pelaku UMKM di sektor perdagangan merupakan populasi yang paling relevan untuk dikaji, karena mereka adalah subjek yang merasakan dampak langsung dari kebijakan pembatasan izin tersebut terhadap stabilitas, keberlangsungan, dan pertumbuhan usaha mereka di dalam ekosistem pasar yang terlindungi dari penetrasi ritel modern.

3.3.2 Sampel

Oleh karena jumlah populasi spesifik pelaku UMKM di tingkat kecamatan (khususnya Kecamatan Idi Rayeuk) tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah responden dalam penelitian ini menggunakan pendekatan ukuran sampel yang dikemukakan oleh Hair et al. (2010). Menurut Hair et al. (2010), ukuran sampel yang baik dan representatif dalam analisis multivariat adalah berkisar antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah indikator yang digunakan adalah sebanyak 10 indikator, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah

50 responden, dengan jumlah sampel ideal sebanyak 100 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan penggunaan 100 responden agar memenuhi kriteria kecukupan sampel serta meningkatkan keakuratan dan signifikansi hasil analisis.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang dinilai relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria inklusi responden yang ditetapkan adalah pelaku UMKM di Kecamatan Idi Rayeuk yang telah menjalankan usahanya minimal selama 3 tahun. Kriteria ini digunakan dengan pertimbangan bahwa pelaku usaha yang telah beroperasi dalam jangka waktu tersebut dinilai memiliki rekam jejak dan pengalaman yang cukup komprehensif dalam merasakan dampak kebijakan proteksi pemerintah daerah, serta mampu mengamati pola perilaku konsumen di wilayah yang steril dari keberadaan ritel modern berjejaring. Pemilihan responden di lapangan akan dilakukan berdasarkan ketersediaan daftar pelaku UMKM yang disesuaikan dengan kriteria kelayakan yang telah ditetapkan tersebut.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Data ini digunakan untuk mengetahui persepsi responden terkait kebijakan

pembatasan izin ritel modern, perilaku konsumen, serta pertumbuhan UMKM.

Sementara itu, data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian terdahulu, serta publikasi resmi dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data, yang disebarkan kepada responden yaitu pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan menggunakan skala Likert.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran secara langsung mengenai kondisi lapangan, khususnya terkait keberadaan ritel modern dan aktivitas UMKM di wilayah penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data

dari dokumen, laporan, serta sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian sebagai data pendukung.

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Penentuan indikator dalam penelitian ini didasarkan pada landasan teori yang relevan serta disesuaikan dengan konteks penelitian di lapangan. Indikator yang digunakan bertujuan untuk mengukur masing-masing variabel secara operasional sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif.

Variabel kebijakan pembatasan izin ritel modern diukur berdasarkan konsep kebijakan publik yang menekankan pada aspek regulasi, implementasi, dan pengawasan kebijakan. Dalam teori kebijakan publik, efektivitas suatu kebijakan dapat dilihat dari kejelasan aturan, proses perizinan, serta pengawasan terhadap pelaksanaan di lapangan. Oleh karena itu, indikator yang digunakan meliputi kejelasan regulasi, proses perizinan, dan pengawasan pemerintah terhadap operasional ritel modern.

Variabel perilaku konsumen diukur berdasarkan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor harga, kenyamanan, lokasi, dan promosi. Oleh karena itu, indikator yang digunakan meliputi pertimbangan harga, kenyamanan berbelanja, lokasi usaha, dan promosi yang ditawarkan.

Variabel pertumbuhan UMKM diukur berdasarkan indikator kinerja usaha yang mencerminkan perkembangan suatu usaha dari waktu ke waktu. Pertumbuhan UMKM dapat dilihat dari peningkatan pendapatan, jumlah pelanggan, serta perkembangan usaha secara umum. Oleh karena itu, indikator yang digunakan meliputi peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, dan perkembangan usaha.

Indikator-indikator tersebut dipilih karena dianggap mampu merepresentasikan masing-masing variabel secara komprehensif dan sesuai dengan kondisi UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Skala
1	Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1)	1) Kejelasan Regulasi (Islamy, 2002)	1) Tingkat kejelasan aturan pemerintah terkait pendirian ritel modern	Likert
		2) Proses Perizinan (Stiglitz, 1994)	2) Tingkat kemudahan atau pembatasan dalam memperoleh izin usaha ritel modern	
		3) Pengawasan (Dye, 2008)	3) Tingkat pengawasan pemerintah terhadap operasional ritel modern.	
2	Perilaku Konsumen (X_2)	1) Harga (Kotler et al., 2022)	1) Pertimbangan konsumen dalam memilih tempat belanja berdasarkan harga.	Likert

Tabel 3.1
Lanjutan

		2) Kenyamanan (Berman & Evans, 2013)	2) Tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen saat berbelanja.	
		3) Lokasi (Levy & Weitz, 2012)	3) Kemudahan akses lokasi tempat berbelanja.	
		4) Promosi (Kotler et al., 2022)	4) Daya tarik promosi yang ditawarkan kepada konsumen.	
3	Pertumbuhan UMKM (Y)	1) Peningkatan pendapatan . (Todaro & Smith, 2006)	1) Perubahan atau peningkatan pendapatan usaha dari waktu ke waktu	Likert
		2) Jumlah pelanggan (Kotler et al., 2022)	2) Perubahan jumlah pelanggan yang berbelanja.	
		3) Perkembangan usaha (Tambunan, 2012)	3) Perkembangan usaha seperti penambahan produk atau ekspansi usaha.	

3.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Setiap

pernyataan dalam kuesioner diberikan alternatif jawaban yang memiliki bobot nilai tertentu.

Adapun kategori penilaian dalam skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Jawaban	Skor
1	STS (Sangat Tidak Setuju)	1
2	TS (Tidak Setuju)	2
3	N (Netral)	3
4	S (Setuju)	4
5	SS (Sangat Setuju)	5

Dengan menggunakan skala ini, diharapkan dapat diperoleh data yang bersifat kuantitatif sehingga memudahkan dalam proses analisis statistik.

3.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui bantuan perangkat lunak statistik. Analisis data bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas Digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu item dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

- b. Uji Reliabilitas Digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas Digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak.
- b. Uji Multikolinearitas Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen. Model yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinearitas.
- c. Uji Heteroskedastisitas Digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) dan perilaku konsumen (X_2) terhadap pertumbuhan UMKM (Y).

Model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Pertumbuhan UMKM

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kebijakan pembatasan izin ritel modern

X_2 = Perilaku konsumen

e = Error term

a. Uji Hipotesis

- 1) Uji t (Parsial) Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Uji F (Simultan) Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- 3) Koefisien Determinasi (R^2) Digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

3.3 Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan pernyataan sementara yang akan diuji kebenarannya melalui analisis data dalam penelitian. Hipotesis ini disusun berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta kerangka pemikiran yang telah dijelaskan pada BAB II.

Adapun hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Parsial

a. $H_{01} : \beta_1 = 0$

Artinya, kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM (Y).

b. $H_{a1} : \beta_1 \neq 0$

Artinya, kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM (Y).

c. $H_{02} : \beta_2 = 0$

Artinya, perilaku konsumen (X_2) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM (Y).

d. $H_{a2} : \beta_2 \neq 0$

Artinya, perilaku konsumen (X_2) berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM (Y).

2. Hipotesis Simultan

a. $H_{03} : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya, kebijakan pembatasan izin ritel modern (X_1) dan perilaku konsumen (X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM (Y).

b. $H_{a3} : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$

Artinya, kebijakan pembatasan izin ritel modern

(X_1) dan perilaku konsumen (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM (Y).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Kabupaten Aceh Timur merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Aceh dengan ibu kota kabupaten berada di Kota Idi. Secara geografis, Kabupaten Aceh Timur terletak di bagian timur Provinsi Aceh dan memiliki posisi yang strategis karena berada pada jalur lintas nasional yang menghubungkan berbagai wilayah di pesisir timur Aceh. Berdasarkan data Pemerintah Kabupaten Aceh Timur, luas wilayah Kabupaten Aceh Timur mencapai 6.040,60 km². Secara administratif, Kabupaten Aceh Timur terdiri atas 24 kecamatan, 59 mukim, dan 513 gampong atau desa. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Aceh Utara dan Selat Malaka di sebelah utara, Kota Langsa dan Kabupaten Aceh Tamiang di sebelah timur, Kabupaten Gayo Lues dan Kabupaten Aceh Tamiang di sebelah selatan, serta Kabupaten Aceh Utara dan Kabupaten Bener Meriah di sebelah barat (Pemerintah Kabupaten Aceh Timur, 2024).

Kabupaten Aceh Timur memiliki kondisi geografis yang beragam, mulai dari wilayah dataran rendah, perbukitan, rawa-rawa hingga kawasan hutan mangrove. Kondisi geografis tersebut memberikan potensi sumber daya alam yang cukup besar dan mendukung perkembangan berbagai sektor ekonomi, terutama sektor pertanian, perkebunan, perikanan, perdagangan, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Aktivitas ekonomi masyarakat yang beragam menjadikan sektor UMKM sebagai salah satu penopang penting

dalam perekonomian daerah serta berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (Pemerintah Kabupaten Aceh Timur, 2024).

Berdasarkan data kependudukan Semester I Tahun 2025 yang dirilis oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Aceh Timur, jumlah penduduk Kabupaten Aceh Timur mencapai 466.225 jiwa yang terdiri atas 234.745 jiwa laki-laki dan 231.480 jiwa perempuan. Jumlah penduduk tersebut tersebar pada 24 kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh Timur. Besarnya jumlah penduduk tersebut menunjukkan potensi pasar yang cukup besar bagi perkembangan berbagai kegiatan usaha, khususnya UMKM yang bergerak pada sektor perdagangan dan jasa (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Aceh Timur, 2025).

Pemerintah Kabupaten Aceh Timur terus mendorong pembangunan ekonomi daerah melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat dan pengembangan sektor usaha produktif. Salah satu sektor yang menjadi perhatian pemerintah daerah adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena sektor ini dinilai mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Aceh Timur, jumlah UMKM di Kabupaten Aceh Timur pada tahun 2023 mencapai 5.891 unit usaha, yang tersebar di berbagai sektor ekonomi dan menjadi salah satu penopang utama aktivitas perekonomian masyarakat. Oleh

karena itu, keberadaan UMKM menjadi salah satu indikator penting dalam pembangunan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah daerah juga terus berupaya meningkatkan daya saing UMKM melalui berbagai program pembinaan, pelatihan, serta fasilitasi akses permodalan guna mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan (Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Aceh Timur, 2023; Pemerintah Kabupaten Aceh Timur, 2024; ANTARA Aceh, 2023).

4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian. Informasi mengenai karakteristik responden diperlukan untuk mengetahui latar belakang pelaku UMKM yang menjadi sampel penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi responden yang diteliti. Dalam penelitian ini, karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, Pendidikan, jenis usaha, lama usaha, dan skala usaha. Pengelompokan tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun data karakteristik responden akan disajikan pada diagram-diagram berikut.

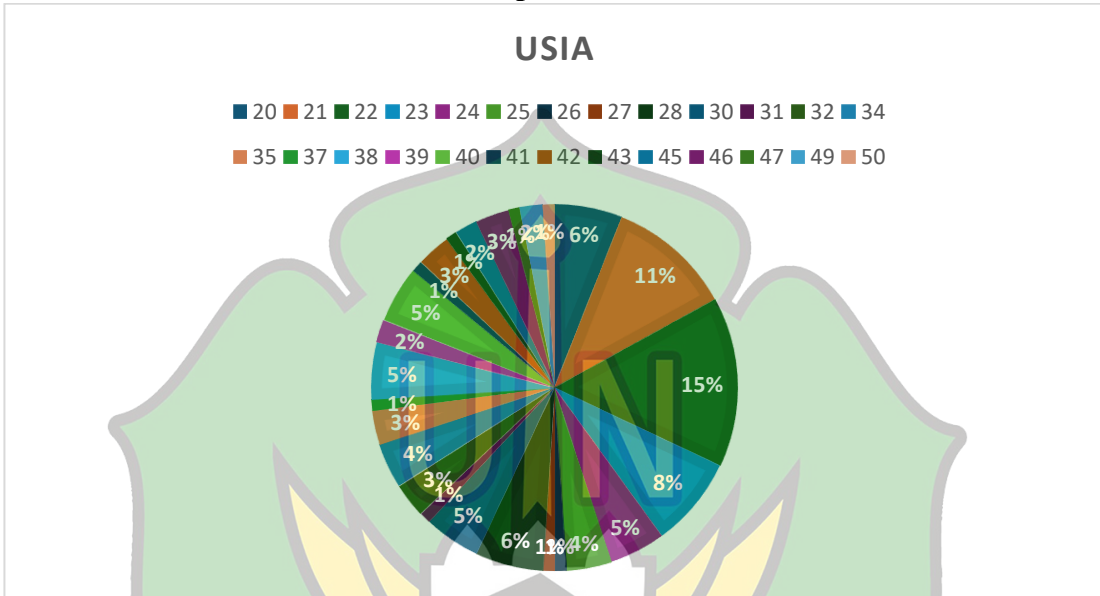
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



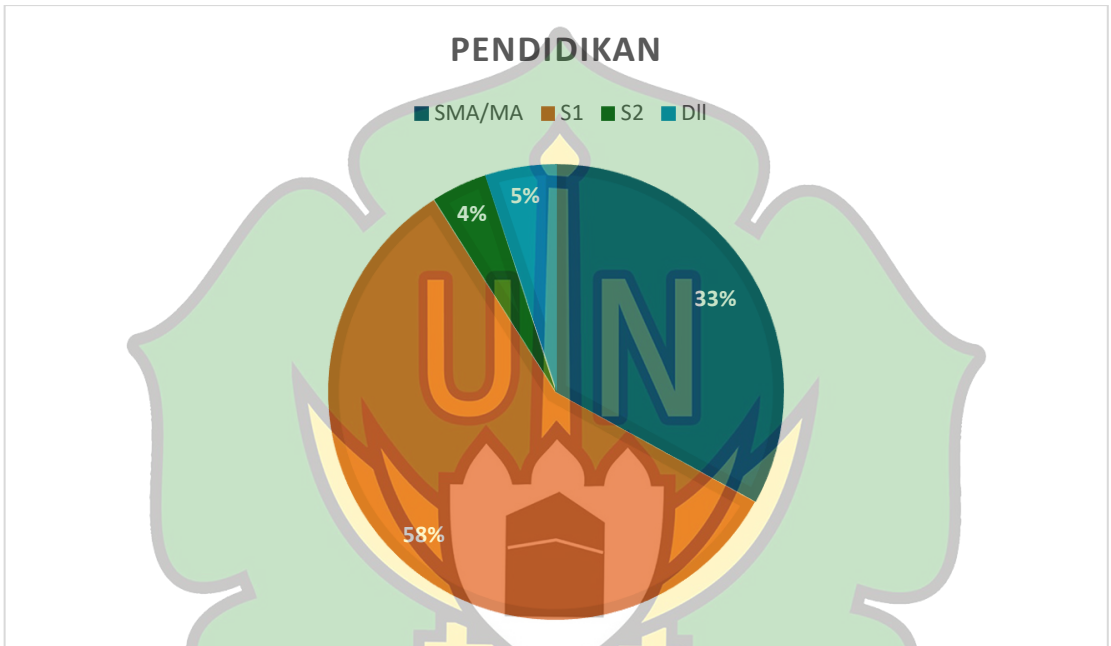
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan gambar karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui bahwa responden didominasi oleh usia 22 tahun sebanyak 15 orang (15,0%), diikuti usia 21 tahun sebanyak 11 orang (11,0%), dan usia 23 tahun sebanyak 8 orang (8,0%). Sementara itu, responden dengan jumlah paling sedikit berada pada usia 26, 27, 31, 37, 41, 43, 47, dan 50 tahun, yang masing-masing berjumlah 1 orang (1,0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia dewasa muda, meskipun penelitian juga mencakup responden dari berbagai kelompok usia lainnya.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



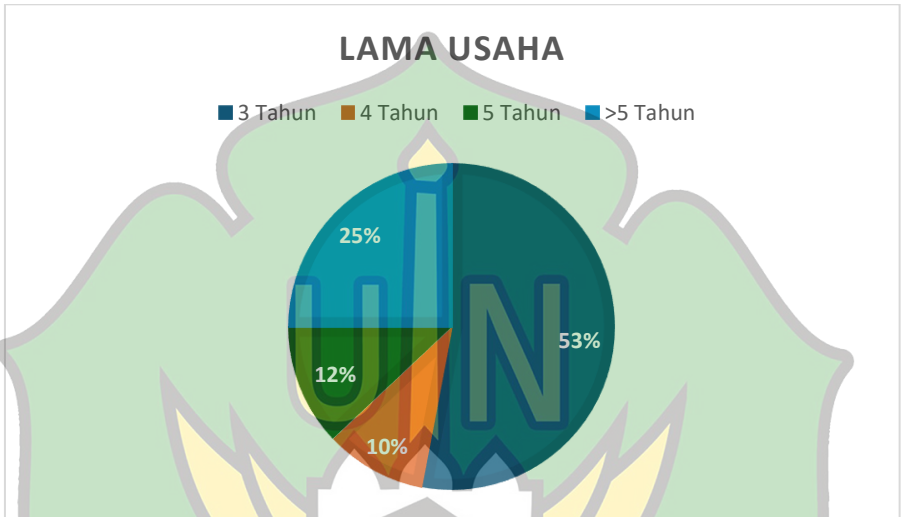
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan diagram tingkat pendidikan responden, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1), yaitu sebanyak 58 orang atau 58,0% dari total 100 responden. Selanjutnya, responden dengan tingkat pendidikan SMA/MA berjumlah 33 orang atau 33,0%. Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan Magister (S2) sebanyak 4 orang atau 4,0%, dan kategori lainnya berjumlah 5 orang atau 5,0%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha



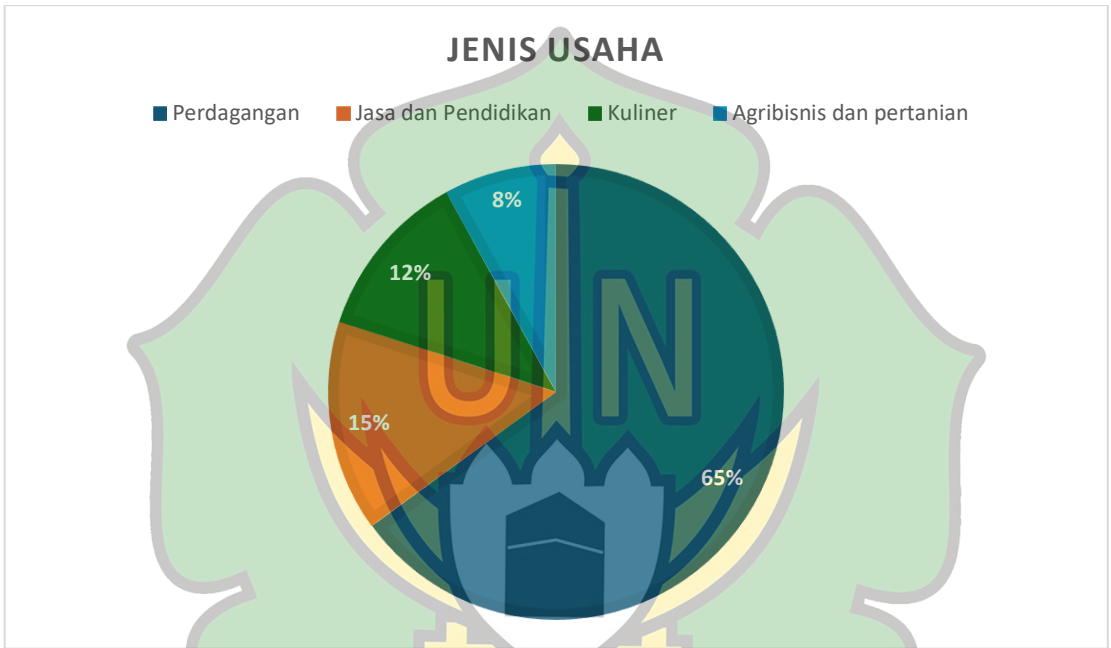
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan diagram lama usaha responden, diketahui bahwa sebagian besar responden telah menjalankan usahanya selama 3 tahun, yaitu sebanyak 53 orang atau 53,0% dari total 100 responden. Selanjutnya, responden yang telah menjalankan usaha selama lebih dari 5 tahun berjumlah 25 orang atau 25,0%. Sementara itu, responden dengan lama usaha 5 tahun sebanyak 12 orang atau 12,0%, dan responden dengan lama usaha 4 tahun berjumlah 10 orang atau 10,0%

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Gambar 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha



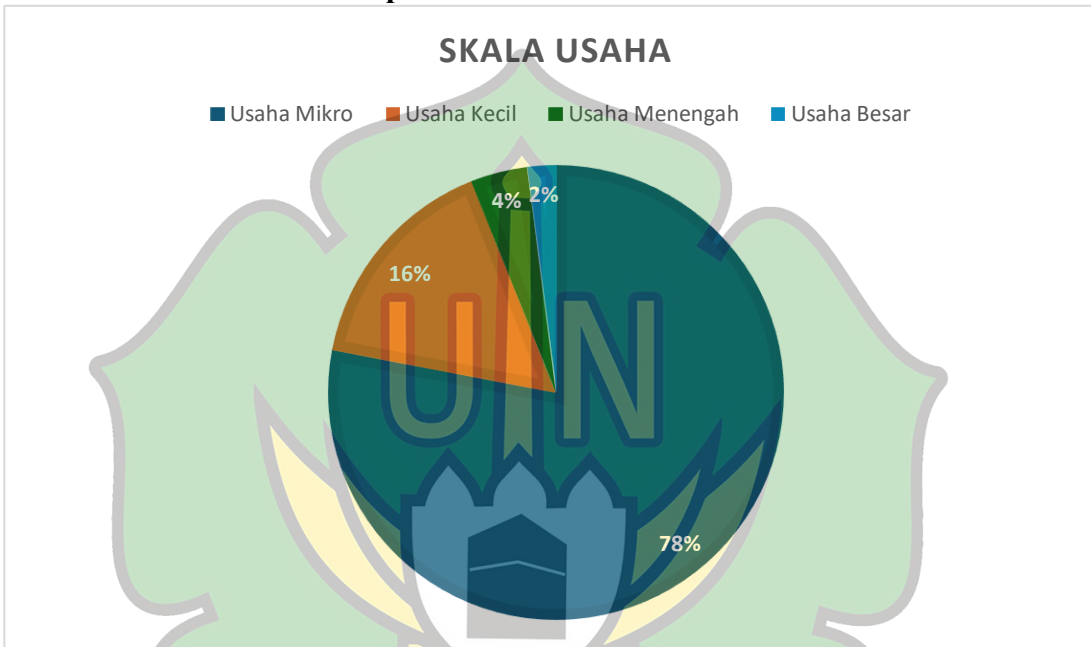
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan diagram jenis usaha responden, diketahui bahwa sebagian besar responden bergerak di bidang perdagangan, yaitu sebanyak 65 orang atau 65,0% dari total 100 responden. Selanjutnya, responden yang bergerak di bidang jasa dan pendidikan berjumlah 15 orang atau 15,0%. Sementara itu, responden yang menjalankan usaha di bidang kuliner sebanyak 12 orang atau 12,0%, dan bidang agribisnis dan pertanian berjumlah 8 orang atau 8,0%.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha

Gambar 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha



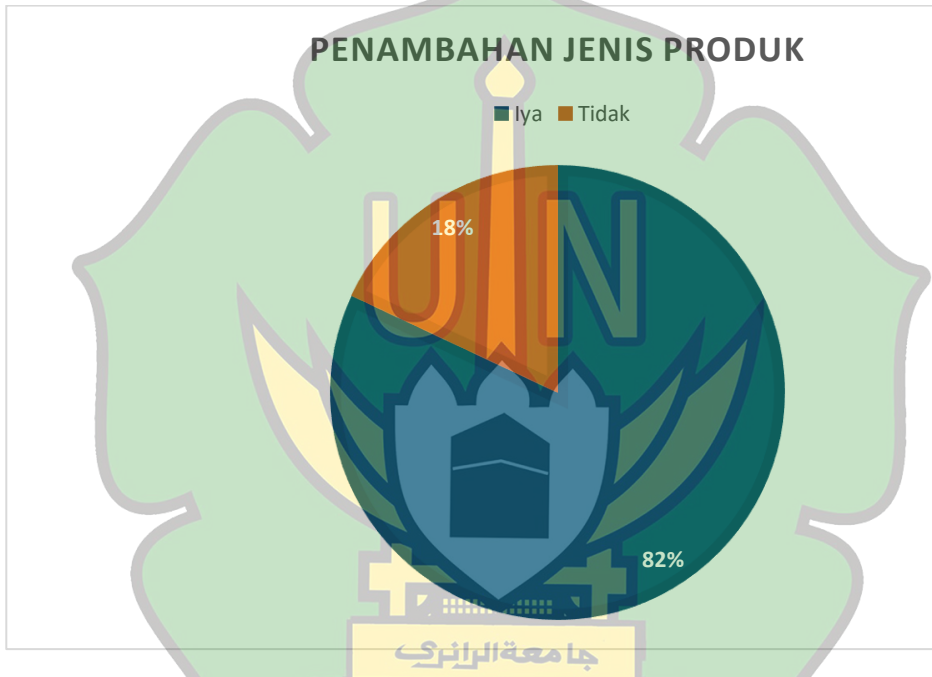
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan diagram skala usaha responden, diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori usaha mikro, yaitu sebanyak 78 orang atau 78,0% dari total 100 responden. Selanjutnya, responden yang memiliki usaha kecil berjumlah 17 orang atau 17,0%. Sementara itu, responden yang termasuk dalam kategori usaha menengah sebanyak 4 orang atau 4,0%, dan usaha besar berjumlah 1 orang atau 1,0%.

4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penambahan Jenis Produk Selama Menjalankan Usaha

Gambar 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Penambahan Jenis Produk Selama Menjalankan Usaha



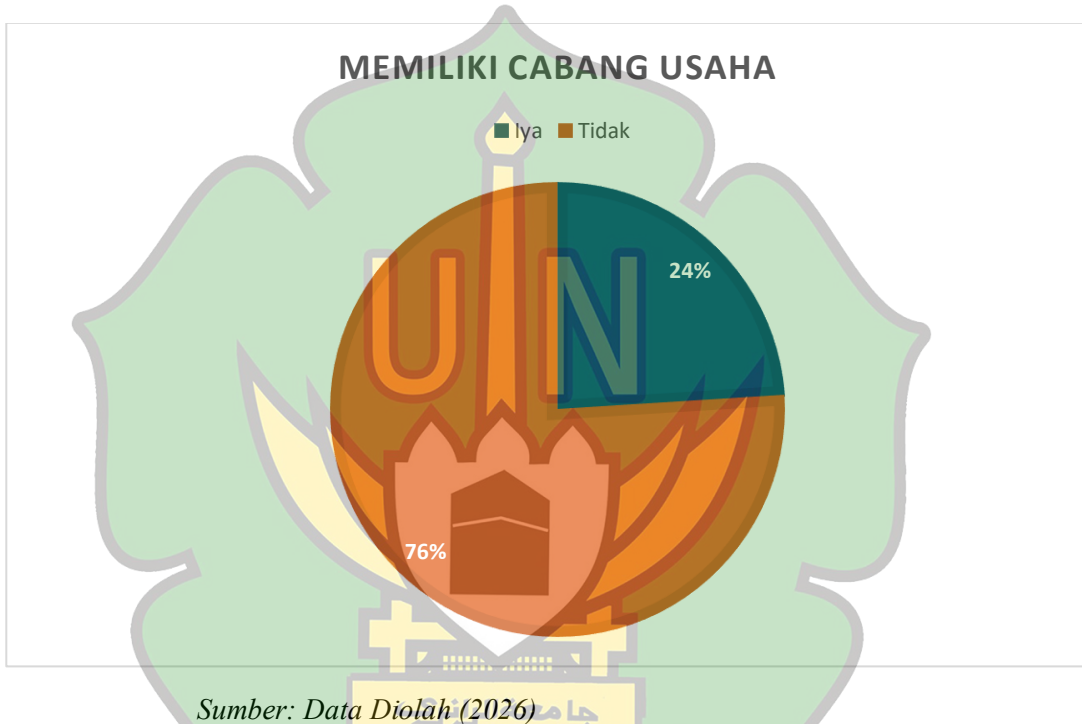
Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan diagram penambahan jenis produk, diketahui bahwa sebagian besar responden melakukan penambahan jenis produk, yaitu sebanyak 82 orang atau 82,0% dari total 100 responden. Sementara itu, responden yang tidak melakukan penambahan jenis produk berjumlah 18 orang atau 18,0%

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Yang Memiliki Cabang

Gambar 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Yang Memiliki Cabang



Berdasarkan diagram kepemilikan cabang usaha, diketahui bahwa sebagian besar responden tidak memiliki cabang usaha, yaitu sebanyak 76 orang atau 76,0% dari total 100 responden. Sementara itu, responden yang memiliki cabang usaha berjumlah 24 orang atau 24,0%.

4.3 Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden, analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden terhadap setiap variabel penelitian. Kecenderungan tersebut diukur berdasarkan rentang skor jawaban yang telah ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Tanggapan Responden Variabel Pembatasan Izin Ritel Modern

NO	Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean
		STS	TS	N	S	SS		
Variabel Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)								
1	Saya mengetahui bahwa Pemerintah Kabupaten Aceh Timur memiliki kebijakan terkait pembatasan izin ritel modern berjejaring.	16	8	26	24	26	100	3,36
2	Aturan mengenai pembatasan izin ritel modern di Kabupaten Aceh Timur mudah dipahami oleh pelaku UMKM.	15	13	20	27	25	100	3,34
3	Pemerintah Kabupaten Aceh Timur menerapkan persyaratan yang ketat dalam pemberian izin ritel modern berjejaring.	18	10	21	24	27	100	3,32
4	Proses perizinan yang diterapkan pemerintah mampu membatasi masuknya ritel modern berjejaring ke Kabupaten Aceh Timur.	15	9	17	28	31	100	3,51

5	Pemerintah Kabupaten Aceh Timur melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan pembatasan izin ritel modern.	15	12	18	28	27	100	3,40
6	Pemerintah konsisten menjalankan kebijakan pembatasan izin ritel modern yang telah ditetapkan.	18	9	21	23	29	100	3,36
Mean								3,38

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.1, variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,38 yang berada pada kategori normal (netral). Hal ini menunjukkan bahwa responden secara umum belum memberikan penilaian yang secara tegas menyatakan setuju maupun tidak setuju terhadap efektivitas kebijakan pembatasan izin ritel modern di Kabupaten Aceh Timur. Meskipun terdapat kecenderungan penilaian yang positif, persepsi responden masih berada pada tingkat sedang, sehingga dapat diartikan bahwa implementasi kebijakan dinilai belum sepenuhnya optimal atau belum dirasakan secara merata oleh seluruh responden. Dengan demikian, implementasi kebijakan masih perlu ditingkatkan agar manfaat dan efektivitasnya lebih dirasakan oleh masyarakat maupun pelaku usaha.

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Variabel Perilaku Konsumen

NO	Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean
		STS	TS	N	S	SS		
Variabel Perilaku Konsumen (X2)								
1	Konsumen cenderung membeli produk pada usaha yang menawarkan harga yang sesuai dengan kemam-puan mereka.	16	14	16	28	26	100	3,34
2	Perbedaan harga memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja.	14	12	17	26	31	100	3,48
3	Konsumen lebih memilih berbelanja pada usaha yang menyediakan suasana yang nyaman.	19	7	17	29	28	100	3,40
4	Kebersihan dan kerapian tempat usaha memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.	15	12	15	30	28	100	3,44
5	Konsumen lebih sering berbelanja pada usaha yang lokasinya mudah dijangkau.	17	8	18	27	30	100	3,45
6	Kedekatan lokasi usaha dengan tempat tinggal konsumen memengaruhi keputusan pembelian.	14	15	16	28	27	100	3,39
7	Promosi yang dilakukan usaha dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja.	15	11	18	30	26	100	3,41
8	Potongan harga atau penawaran khusus dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk.	13	10	21	26	30	100	3,50
Mean								3,43

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2, variabel Perilaku Konsumen memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,43 yang berada pada kategori normal. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan persepsi pelaku usaha, perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dinilai berada pada tingkat sedang atau belum menunjukkan kecenderungan yang kuat. Meskipun demikian, pelaku usaha cenderung menilai bahwa promosi melalui potongan harga atau penawaran khusus merupakan faktor yang lebih menarik minat konsumen dibandingkan indikator lainnya. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha memandang perilaku konsumen cukup beragam dan dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, sehingga belum terdapat satu faktor yang dipersepsikan sangat dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Variabel Pertumbuhan UMKM

NO	Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean
		STS	TS	N	S	SS		
Variabel Pertumbuhan UMKM (Y)								
1	Pendapatan usaha saya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.	17	12	18	28	25	100	3,32
2	Omzet penjualan usaha saya cenderung meningkat dari waktu ke waktu.	12	14	21	24	29	100	3,44
3	Jumlah pelanggan usaha saya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.	10	16	19	27	28	100	3,47

4	Frekuensi pembelian oleh pelanggan pada usaha saya semakin meningkat.	12	14	23	25	26	100	3,39
5	Usaha saya mengalami perkembangan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya.	14	14	15	28	29	100	3,44
6	Saya mampu menambah produk, layanan, atau kapasitas usaha dalam beberapa tahun terakhir.	15	12	21	23	29	100	3.39
Mean								3,41

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.3, variabel Pertumbuhan UMKM memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3,41. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur, berdasarkan persepsi pelaku usaha, berada pada kategori *normal*. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha merasakan adanya perkembangan usaha, terutama dari sisi peningkatan jumlah pelanggan, namun pertumbuhan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan pendapatan yang merata. Dengan demikian, pertumbuhan UMKM telah mulai dirasakan, tetapi masih memerlukan penguatan agar dapat memberikan dampak yang lebih optimal terhadap perkembangan usaha secara menyeluruh.

4.4 Pengujian Kualitas Data

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang

diteliti. Suatu instrumen penelitian dinyatakan valid apabila setiap item pernyataan dapat merepresentasikan konsep yang hendak diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka item pernyataan dinyatakan valid. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)				
1	X1P1	0,890	0,197	Valid
2	X1P2	0,912	0,197	Valid
3	X1P3	0,889	0,197	Valid
4	X1P4	0,910	0,197	Valid
5	X1P5	0,905	0,197	Valid
6	X1P6	0,933	0,197	Valid
Variabel Perilaku Konsumen (X2)				
1	X2P1	0,921	0,197	Valid
2	X2P2	0,934	0,197	Valid
3	X2P3	0,929	0,197	Valid
4	X2P4	0,938	0,197	Valid
5	X2P5	0,931	0,197	Valid
6	X2P6	0,917	0,197	Valid
7	X2P7	0,936	0,197	Valid
8	X2P8	0,925	0,197	Valid
Variabel Pertumbuhan Ekonomi (Y)				
1	YP1	0,827	0,197	Valid
2	YP2	0,858	0,197	Valid
3	YP3	0,886	0,197	Valid

4	YP4	0,850	0,197	Valid
5	YP5	0,898	0,197	Valid
6	YP6	0,904	0,197	Valid

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil uji validitas, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung pada seluruh item pernyataan yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel. Pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,197. Nilai r hitung pada variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) berkisar antara 0,889 sampai 0,933, pada variabel Perilaku Konsumen (X_2) berkisar antara 0,917 sampai 0,938, sedangkan pada variabel Pertumbuhan UMKM (Y) berkisar antara 0,827 sampai 0,904. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,197) sehingga dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan mampu mengukur variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern, Perilaku Konsumen, dan Pertumbuhan UMKM sesuai dengan tujuan penelitian.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memberikan hasil

yang relatif konsisten ketika digunakan pada waktu atau kondisi yang berbeda. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* melalui program SPSS. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Adapun hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel penelitian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Minimal	Keterangan
Pembatasan Izin Ritel Modern (X ₁)	0,975	0,70	Sangat Reliabel
Perilaku Konsumen (X ₂)	0,986	0,70	Sangat Reliabel
Pertumbuhan UMKM (Y)	0,977	0,70	Sangat Reliabel

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X₁) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,975, variabel Perilaku Konsumen (X₂) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,986, dan variabel Pertumbuhan UMKM (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,977. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar daripada nilai Cronbach's Alpha minimal sebesar 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan sangat reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi,

sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian mengenai pengaruh kebijakan pembatasan izin ritel modern dan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas batas yang telah ditetapkan, bahkan nilainya berada pada tingkat yang sangat tinggi dan mendekati 0,99. Hasil tersebut menunjukkan bahwa item-item pernyataan yang digunakan dalam penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat kuat dalam mengukur masing-masing variabel. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tingginya nilai *Cronbach's Alpha* dalam penelitian ini dapat dipengaruhi oleh adanya kemiripan substansi antaritem pernyataan dalam setiap indikator. Dalam penyusunan kuesioner, setiap indikator diukur menggunakan dua pernyataan yang memiliki fokus pengukuran yang relatif berdekatan. Penggunaan beberapa item untuk mengukur aspek yang sama menyebabkan jawaban responden antaritem cenderung memiliki pola yang serupa. Kondisi tersebut menghasilkan korelasi antaritem yang tinggi dan pada akhirnya menyebabkan nilai *Cronbach's Alpha* menjadi sangat tinggi.

Meskipun demikian, nilai *Cronbach's Alpha* yang sangat tinggi tidak berarti bahwa instrumen penelitian tidak dapat digunakan. Nilai tersebut menunjukkan adanya konsistensi internal yang sangat kuat antaritem dalam mengukur konstruk yang sama.

Namun, nilai yang mendekati 1 juga menjadi catatan dalam evaluasi instrumen karena dapat menunjukkan bahwa beberapa item memiliki kemiripan substansi yang cukup tinggi. Oleh sebab itu, pada penelitian selanjutnya penyusunan item pernyataan dapat dibuat dengan redaksi yang lebih beragam dan fokus yang lebih spesifik, sehingga setiap item tetap mengukur aspek yang sama tetapi tidak terlalu berulang.

Dengan demikian, hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat kuat. Tingginya nilai *Cronbach's Alpha* terutama berkaitan dengan penyusunan dua item pernyataan pada setiap indikator yang memiliki substansi relatif berdekatan. Meskipun demikian, seluruh item tetap dapat digunakan karena telah memenuhi kriteria reliabilitas dan sesuai dengan konstruk variabel yang telah ditetapkan dalam penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) lebih besar

dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,19238981
Most Extreme Differences	Absolute	,168
	Positive	,168
	Negative	-,150
Test Statistic		,168
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, yaitu lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, residual pada model regresi dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Meskipun demikian, penelitian ini tetap dapat dilanjutkan karena jumlah sampel yang digunakan mencapai 100 responden. Pada ukuran sampel yang relatif besar, uji *Kolmogorov-Smirnov* cenderung sangat sensitif terhadap penyimpangan kecil dari distribusi normal sehingga sering menghasilkan nilai signifikansi yang rendah meskipun penyimpangan tersebut tidak berdampak secara substansial terhadap hasil analisis regresi. Selain itu, berdasarkan Teorema Limit Pusat (*Central Limit Theorem*), distribusi sampling akan mendekati distribusi normal apabila jumlah sampel cukup besar, sehingga analisis regresi linier berganda masih dapat memberikan estimasi yang baik dan tidak bias (Gujarati & Porter, 2009).

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas apabila memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Adapun hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,325	1,192		2,790	,006		
Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)	,345	,142	,354	2,426	,017	,141	7,095
Perilaku Konsumen (X2)	,367	,106	,504	3,453	,001	,141	7,095

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM (Y)

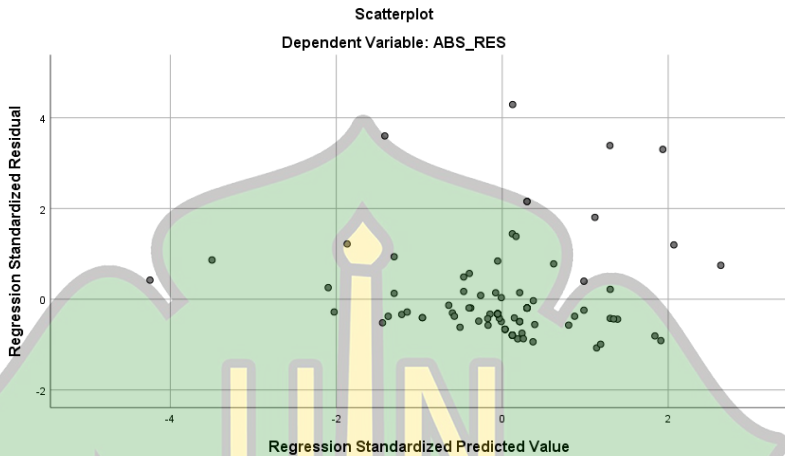
Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X₁) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,141 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 7,095. Variabel Perilaku Konsumen (X₂) juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,141 dan nilai VIF sebesar 7,095. Kedua variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga seluruh variabel independen layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, pendeteksian

heteroskedastisitas dilakukan melalui analisis grafik *scatterplot*. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada gambar berikut.



Gambar 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Hasil pengamatan terhadap grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola yang sistematis. Secara visual, kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas berdasarkan analisis grafik *scatterplot*

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Selain itu, analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah dan besarnya hubungan antara variabel independen, yaitu Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) dan Perilaku

Konsumen (X_2), dengan variabel dependen, yaitu Pertumbuhan UMKM (Y). Hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,325	1,192		2,790	,006
Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1)	,345	,142	,354	2,426	,017
Perilaku Konsumen (X_2)	,367	,106	,504	3,453	,001

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM (Y)

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.8, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 3,325 + 0,345X_1 + 0,367X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) sebesar 3,325 menunjukkan bahwa apabila variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) dan Perilaku Konsumen (X_2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Pertumbuhan UMKM (Y) sebesar 3,325.

Koefisien regresi variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) sebesar 0,345 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern akan meningkatkan Pertumbuhan

UMKM sebesar 0,345 satuan, dengan asumsi variabel Perilaku Konsumen tetap (konstan).

Koefisien regresi variabel Perilaku Konsumen (X_2) sebesar 0,367 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Perilaku Konsumen akan meningkatkan Pertumbuhan UMKM sebesar 0,367 satuan, dengan asumsi variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern tetap (konstan).

Berdasarkan hasil tersebut, kedua variabel independen memiliki koefisien regresi yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan semakin positif Perilaku Konsumen, maka Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur cenderung mengalami peningkatan.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji t

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen, yaitu Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Pertumbuhan UMKM. Selain itu, pengujian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Kriteria pengambilan keputusan pada uji t adalah sebagai berikut:

Apabila nilai t hitung $> t$ tabel dengan nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila nilai t hitung $< t$ tabel dengan nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, nilai t tabel ditentukan berdasarkan rumus:

$$t \text{ tabel} = (\alpha / 2; n - k - 1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05 / 2; 100 - 2 - 1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025; 97)$$

Dengan demikian, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Selanjutnya, hasil uji parsial (uji t) untuk masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,325	1,192		2,790	,006
Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)	,345	,142	,354	2,426	,017
Perilaku Konsumen (X2)	,367	,106	,504	3,453	,001

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM (Y)

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9, maka hasil pengujian masing-masing variabel bebas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.9 diperoleh nilai t hitung variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) sebesar 2,426 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 ($2,426 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05 ($0,017 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM, sehingga H_1 diterima dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.9 diperoleh nilai t hitung variabel Perilaku Konsumen (X_2) sebesar 3,453 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 ($3,453 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM, sehingga H_2 diterima dalam penelitian ini.

4.7.2 Uji F

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) dan Perilaku Konsumen (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM (Y) di Kabupaten Aceh Timur. Selain itu, pengujian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kedua variabel independen secara simultan

terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut:

Apabila nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila nilai F hitung $<$ F tabel dan nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_3 ditolak, yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4242,803	2	2121,401	118,260	,000 ^b
	Residual	1740,037	97	17,939		
	Total	5982,840	99			

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM(Y)

b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen (X2), Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh nilai F hitung sebesar 118,260, sedangkan F tabel sebesar 3,09. Karena F hitung $>$ F tabel ($118,260 > 3,09$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) dan Perilaku

Konsumen (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM (Y) di Kabupaten Aceh Timur.

4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen, yaitu Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) dan Perilaku Konsumen (X_2), dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen, yaitu Pertumbuhan UMKM (Y). Besarnya nilai koefisien determinasi dapat diketahui melalui nilai *R Square* yang diperoleh dari hasil analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,842 ^a	,709	,703	4,235

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen (X_2), Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1)

Sumber: Data primer SPSS, 2026 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,709 atau 70,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X_1) dan Perilaku Konsumen (X_2) mampu menjelaskan variasi Pertumbuhan UMKM (Y) sebesar 70,9%, sedangkan sisanya 29,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,703 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah

variabel independen, model penelitian mampu menjelaskan variasi Pertumbuhan UMKM sebesar 70,3%. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Aceh Timur

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.9, variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,426 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,98498, serta nilai signifikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Kebijakan pembatasan izin ritel modern merupakan salah satu bentuk intervensi pemerintah dalam mengatur perkembangan ritel modern agar tercipta persaingan usaha yang sehat serta memberikan kesempatan yang lebih besar bagi UMKM untuk berkembang. Menurut Stiglitz (1994) dan Islamy (2002), kebijakan publik diperlukan untuk mengatasi kegagalan pasar (market failure),

menciptakan persaingan yang adil, serta mendukung pertumbuhan sektor usaha kecil dan menengah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan kebijakan pembatasan izin ritel modern, maka semakin baik pula pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Kebijakan tersebut mampu menciptakan iklim persaingan yang lebih seimbang antara UMKM dan ritel modern, sehingga pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan daya saing, mempertahankan pelanggan, serta mengembangkan usahanya. Temuan ini sejalan dengan kerangka pemikiran penelitian yang menyatakan bahwa kebijakan pemerintah merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi pertumbuhan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rasaili (2020) yang menyatakan bahwa kebijakan larangan pembangunan ritel modern mampu memberdayakan pedagang kecil serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Selain itu, penelitian Oktayani dan Dewi (2024) juga menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, sehingga dukungan pemerintah menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong perkembangan usaha kecil dan menengah.

4.9.2 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Aceh Timur

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.9, variabel Perilaku Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 3,453 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,98498, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perubahan perilaku konsumen akan memengaruhi keputusan pembelian, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap tingkat penjualan dan pertumbuhan usaha. Menurut Kotler et al. (2022), perilaku konsumen menentukan keputusan pembelian sehingga perubahan preferensi konsumen dalam memilih tempat berbelanja akan memengaruhi permintaan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan pelaku usaha.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik perilaku konsumen terhadap produk UMKM, maka semakin tinggi pula pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Konsumen yang tetap memilih berbelanja pada UMKM, mempertimbangkan kualitas produk, harga yang sesuai, serta memberikan loyalitas terhadap produk lokal akan meningkatkan penjualan dan mendorong perkembangan usaha. Temuan ini sejalan dengan kerangka pemikiran penelitian yang menyatakan bahwa perubahan perilaku konsumen merupakan salah satu faktor yang memengaruhi

pertumbuhan UMKM melalui perubahan permintaan terhadap produk yang dihasilkan pelaku usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hendriati et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, karena pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen mampu meningkatkan perkembangan usaha. Selain itu, penelitian Ningsih, Suhaety, dan Fasihati (2025) juga menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen yang beralih ke minimarket berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM, sehingga kemampuan pelaku UMKM dalam memahami dan menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan usaha.

4.9.3 Pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern Dan Perilaku Konsumen Secara Simultan Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Aceh Timur

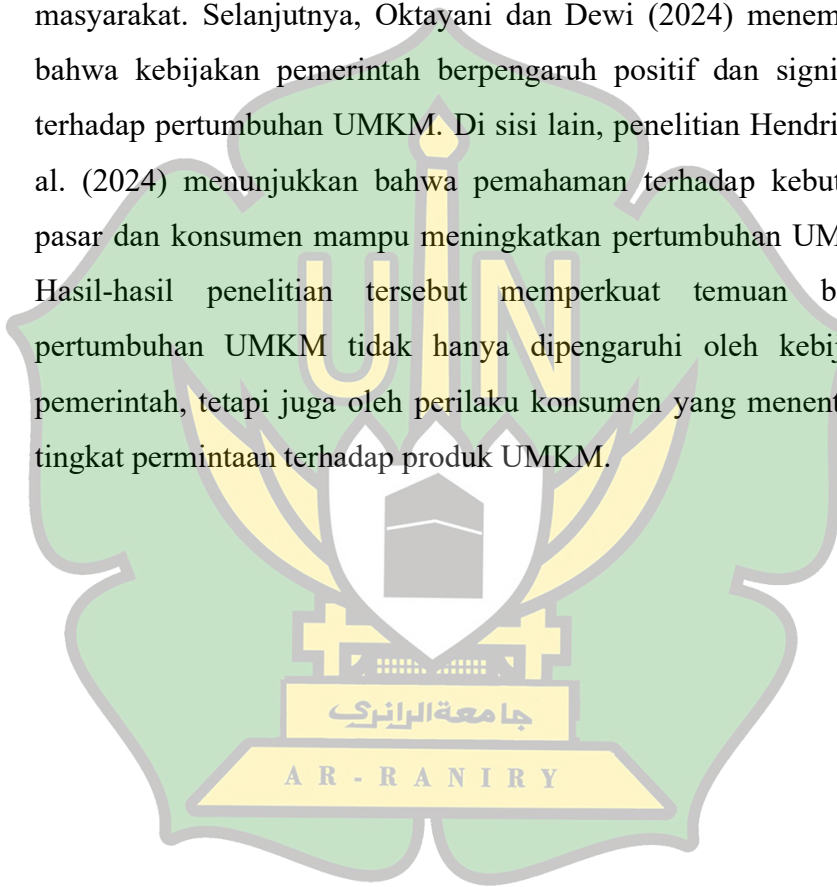
Berdasarkan hasil uji-F pada Tabel 4.10, diketahui bahwa variabel Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 118,260 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan

Perilaku Konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

Dalam perspektif ekonomi pembangunan, pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari kebijakan pemerintah maupun dinamika pasar. Kebijakan pemerintah berperan dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan struktur persaingan, sedangkan perilaku konsumen menentukan besarnya permintaan terhadap produk yang dihasilkan oleh UMKM. Menurut Todaro dan Smith (2006), kebijakan pemerintah dan dinamika pasar merupakan faktor penting yang menentukan pertumbuhan usaha melalui pengaturan struktur persaingan serta distribusi permintaan dalam perekonomian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan kebijakan pembatasan izin ritel modern yang didukung oleh perilaku konsumen yang berpihak kepada produk UMKM mampu mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Kebijakan pembatasan izin ritel modern memberikan ruang persaingan yang lebih adil bagi pelaku UMKM, sedangkan perilaku konsumen yang tetap memilih produk UMKM berkontribusi terhadap peningkatan penjualan, pendapatan, dan perkembangan usaha. Dengan demikian, kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Temuan ini juga sejalan dengan kerangka pemikiran penelitian yang menyatakan bahwa kebijakan pemerintah dan perilaku konsumen secara bersama-sama memengaruhi pertumbuhan UMKM.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Rasaili (2020) menyatakan bahwa kebijakan pembatasan pembangunan ritel modern memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan pedagang kecil dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Selanjutnya, Oktayani dan Dewi (2024) menemukan bahwa kebijakan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Di sisi lain, penelitian Hendriati et al. (2024) menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan pasar dan konsumen mampu meningkatkan pertumbuhan UMKM. Hasil-hasil penelitian tersebut memperkuat temuan bahwa pertumbuhan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah, tetapi juga oleh perilaku konsumen yang menentukan tingkat permintaan terhadap produk UMKM.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

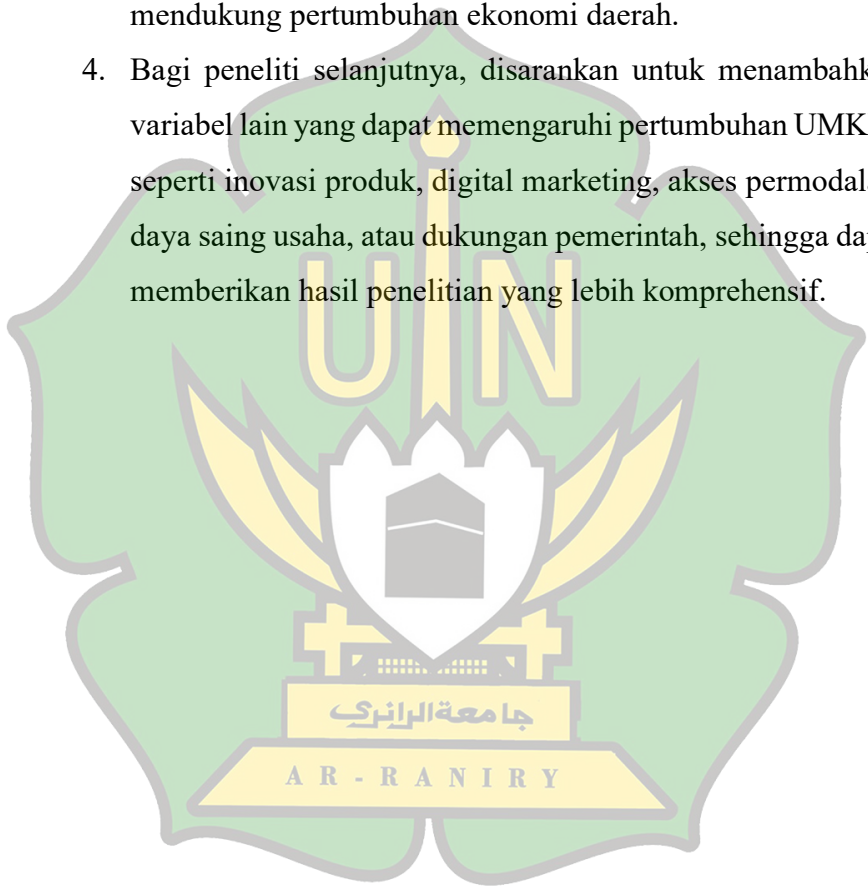
1. Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan kebijakan pembatasan izin ritel modern mampu menciptakan iklim persaingan usaha yang lebih kondusif sehingga mendukung pertumbuhan UMKM.
2. Perilaku Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk UMKM, maka semakin baik pula pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.
3. Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern dan Perilaku Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Aceh Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Kabupaten Aceh Timur, disarankan untuk menerapkan kebijakan pembatasan ritel modern secara proporsional, bukan dalam bentuk pelarangan secara menyeluruh. Pemerintah dapat mempertimbangkan pemberian izin bagi ritel modern dengan tetap membatasi jumlah, lokasi, dan jarak antarunit usaha agar keberadaannya tidak terkonsentrasi dan tidak menimbulkan tekanan persaingan yang berlebihan terhadap UMKM dan usaha perdagangan lokal. Dengan demikian, keberadaan ritel modern tetap dapat memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa, sementara keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM lokal tetap terlindungi. Kebijakan tersebut juga perlu disertai dengan pengawasan dan evaluasi secara berkala agar jumlah dan persebaran ritel modern tetap sesuai dengan kondisi serta daya dukung pasar di Kabupaten Aceh Timur.
2. Bagi pelaku UMKM, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, strategi pemasaran, dan inovasi usaha agar mampu memenuhi kebutuhan serta mempertahankan minat konsumen di tengah persaingan dengan ritel modern.

3. Bagi masyarakat atau konsumen, diharapkan dapat meningkatkan kepedulian terhadap produk-produk UMKM dengan menjadikan produk lokal sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi pertumbuhan UMKM, seperti inovasi produk, digital marketing, akses permodalan, daya saing usaha, atau dukungan pemerintah, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, B. (2024). Dampak keberadaan minimarket terhadap keberlangsungan penjualan pedagang kecil di Kecamatan Tenggarong. *Konstruksi Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 1(2).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- ANTARA Aceh. (2023). *Aceh Timur promosikan belasan produk UMKM*.
- Antara Aceh. (2023). Sebanyak 5.206 UMKM di Aceh Timur daftar BPUM.
- Astiana, S., Pawerangi, & Ferawati. (2024). Dampak keberadaan minimarket Alfamart terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Watampone. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 1(1).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Timur. (2023). *Kabupaten Aceh Timur dalam angka 2023*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Timur. (2024). *Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Aceh Timur tahun 2023*
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. (2023). *Evaluasi kegiatan PL-KUMKM tahun 2023*.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2013). *Retail management: A strategic approach* (12th ed.). Pearson.
- DetikNews. (2023). Seruan pembatasan ritel modern di Aceh untuk melindungi UMKM.

- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Aceh Timur. (2025). *Jumlah penduduk Kabupaten Aceh Timur mencapai 466.225 jiwa pada Semester I Tahun 2025*.
- Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Aceh Timur. (2025).
- Dye, T. R. (2008). *Understanding public policy*. Pearson/Prentice Hall.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Gunawan, et al. (2022). Challenges of MSMEs facing modern retail companies in the era of Indomaret and Alfamart disruptions (Case study of Riau Islands Province). *JHPIS*, 1(2).
- Hendriati, Y., Dewi, A. K., Sihite, M., & Utomo, B. (2024). *Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kapabilitas inovasi terhadap pertumbuhan UMKM di kawasan Jabodetabek*. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(6).
- Hikma, & Sarnawiah. (2020). Pengaruh keberadaan minimarket terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *PAY Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 10–17.
- Islamy, M. I. (2002). *Prinsip-prinsip perumusan kebijakan negara*. Bumi Aksara.
- JDIH. (2024). Dokumen peraturan daerah terkait penataan dan perizinan ritel modern.
- Katadata. (2023). Jumlah gerai Indomaret dan Alfamart di Indonesia tahun 2019–2023.

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2013). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko ritel modern.*
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang penataan dan pembinaan usaha perdagangan.*
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang pedoman pengembangan, penataan, dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko modern.*
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing.* Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management.* Pearson Education Limited.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing management* (8th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Levy, M., & Weitz, B.A. (2012). *Retailing management.* McGraw-Hill/Irwin.
- Ningsih, F. W., Suhaety, Y., & Fasihah, D. U. (2025). *Dampak kehadiran mini market terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Dompu. Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1347–1358.
- Oktayani, K. S., & Dewi, L. G. K. (2024). *Pengaruh akses keuangan, modal keuangan, dan kebijakan pemerintah terhadap*

pertumbuhan UMKM di Kecamatan Buleleng. Jurnal Akuntansi Profesi, 15(2), 433–447.

Pareto, V. (1906). *Manual of political economy*. Oxford University Press.

Pemerintah Kabupaten Aceh Timur. (2019). *Peraturan Bupati Aceh Timur Nomor 44 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan penanaman modal*.

Pemerintah Kabupaten Aceh Timur. (2023). *Laporan kinerja Pemerintah Kabupaten Aceh Timur tahun 2023*. https://acehtimurkab.go.id/media/2024.06/laporan_kinerja_pemerintah_kabupaten_aceh_timur_tahun_2023_compressed1.pdf

Pemerintah Kabupaten Aceh Timur. (2026). *Gambaran umum daerah Kabupaten Aceh Timur*.

Pemerintah Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat*.

Pemerintah Republik Indonesia. (2007). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern*.

Pemerintah Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah*.

Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Basil Blackwell.

- Pigou, A. C. (1920). *The economics of welfare*. Macmillan.
- Pontoh, Y., et al. (2024). Analisis dampak pasar ritel modern terhadap pendapatan pedagang ritel tradisional di Desa Wuasa Kecamatan Lore Utara. *EKOMA: Jurnal Ekonomi*, 3(4).
- Rasaili. (2020). Kebijakan larangan pembangunan ritel modern dan pemberdayaan pedagang kecil di Banyuwangi. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 4(2).
- Sambuardi. (2025). Dampak kehadiran minimarket terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Pasar Puan Maimun di Tanjung Balai Karimun. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(4).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior*. Pearson.
- Stiglitz, J. E. (1994). *Whither socialism?* MIT Press.
- Stiglitz, J. E. (2000). *Economics of the public sector* (3rd ed.). W. W. Norton & Company.
- Suhajatno, & Jitmau. (2025). Pengaruh signifikan kehadiran pasar modern terhadap keberlangsungan UMKM di Kabupaten Sorong. *AT-THARIQAH: Jurnal Ekonomi*, 5(1).
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.
- Timbuleng, Walewangko, & Tolosang. (2023). Analisis dampak minimarket terhadap warung tradisional di Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(5).
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2006). *Economic development*. Pearson Addison Wesley.

Utami, C. W. (2010). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Salemba Empat.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan nama saya Afdhal dengan NIM 220604048, saya merupakan mahasiswa program studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Mengharapkan kesediaan Sdr/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Identitas serta jawaban yang diberikan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Kerahasiaan data dan informasi yang diperoleh akan dijaga dengan penuh tanggung jawab.

Atas kesediaan dan partisipasi Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Wassalam

Afdhal
(Peneliti)

I Data Umum Responden

A. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Pendidikan :
 - a. SD/MI
 - b. SMP/MTs
 - c. MA/SMA
 - d. S1
 - e. S2
 - f. S3
 - g. Yang lain :

B. Profil Usaha

1. Jenis Usaha : **جامعة الرانري**
 - a. Kuliner **N I R Y**
 - b. Fashion & Kecantikan
 - c. Jasa & pendidikan
 - d. Agribisnis & Pertanian
 - e. Perdagangan
2. Lama Usaha :
 - a. 3 Tahun

- b. 4 Tahun
- c. 5 Tahun
- d. > 5 Tahun

3. Skala Usaha

- a. Usaha Mikro (Modal maksimal Rp.1 miliar, Omzet Tahunan maksimal Rp.2 miliar)
 - b. Usaha Kecil (Modal lebih dari Rp.1 miliar – Rp.5 miliar, Omzet tahunan lebih dari Rp.2 miliar – Rp.15 miliar)
 - c. Usaha Menengah (Modal lebih dari Rp.5 miliar – Rp.10 miliar, Omzet tahunan lebih dari Rp.15 miliar – Rp.50 miliar)
 - d. Usaha Besar (Modal lebih dari Rp.10 miliar, Omzet tahunan lebih dari Rp.50 miliar)
4. Apakah ada penambahan jenis produk selama anda menjalankan usaha?
5. apakah usaha Anda sudah memiliki cabang?

II Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini yang sesuai dengan pendapat saudara/i, dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia keterangan sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Kebijakan Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)

Pernyataan berikut berkaitan dengan kebijakan pembatasan izin ritel modern.

Berikan jawaban sesuai dengan kondisi yang Anda rasakan.

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya mengetahui bahwa Pemerintah Kabupaten Aceh Timur memiliki kebijakan terkait pembatasan izin ritel modern berjejar.					
2	Aturan mengenai pembatasan izin ritel modern di Kabupaten Aceh Timur mudah dipahami oleh pelaku UMKM.					
3	Pemerintah Kabupaten Aceh Timur menerapkan persyaratan yang ketat dalam pemberian izin ritel modern berjejar.					
4	Proses perizinan yang diterapkan pemerintah mampu membatasi masuknya ritel modern berjejar ke Kabupaten Aceh Timur.					
5	Pemerintah Kabupaten Aceh Timur melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan pembatasan izin ritel modern.					
6	Pemerintah konsisten menjalankan kebijakan pembatasan izin ritel modern yang telah ditetapkan.					

Perilaku Konsumen (X2)

Pernyataan berikut terkait perilaku konsumen

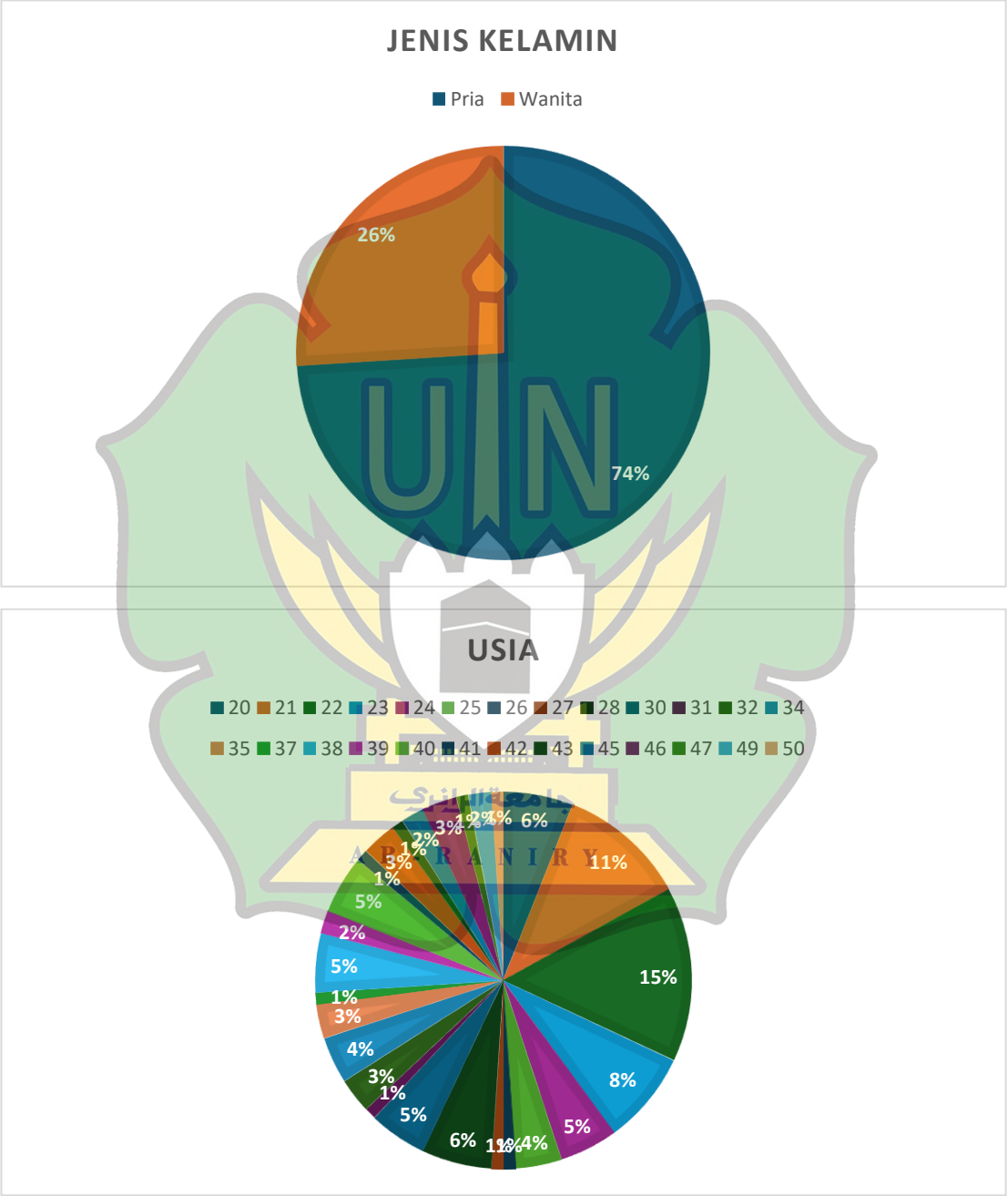
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Konsumen cenderung membeli produk pada usaha yang menawarkan harga yang sesuai dengan kemampuan mereka.					
2	Perbedaan harga memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja.					
3	Konsumen lebih memilih berbelanja pada usaha yang menyediakan suasana yang nyaman.					
4	Kebersihan dan kerapian tempat usaha memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.					
5	Konsumen lebih sering berbelanja pada usaha yang lokasinya mudah dijangkau.					
6	Kedekatan lokasi usaha dengan tempat tinggal konsumen memengaruhi keputusan pembelian.					
7	Promosi yang dilakukan usaha dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja.					
8	Potongan harga atau penawaran khusus dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk.					

PERTUMBUHAN UMKM (Y)

Pernyataan berikut terkait kondisi usaha Anda.

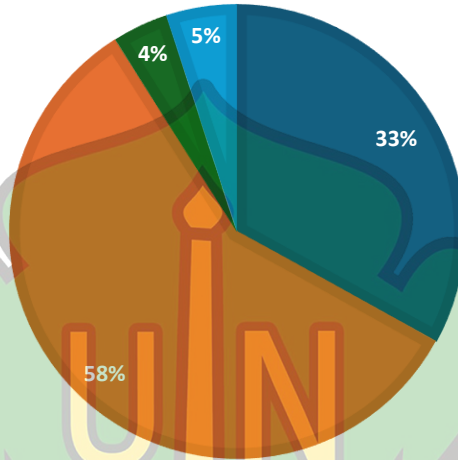
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Pendapatan usaha saya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.					
2	Omzet penjualan usaha saya cenderung meningkat dari waktu ke waktu.					
3	Jumlah pelanggan usaha saya mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.					
4	Frekuensi pembelian oleh pelanggan pada usaha saya semakin meningkat.					
5	Usaha saya mengalami perkembangan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya.					
6	Saya mampu menambah produk, layanan, atau kapasitas usaha dalam beberapa tahun terakhir.					

Lampiran 2 : Karakteristik Responden



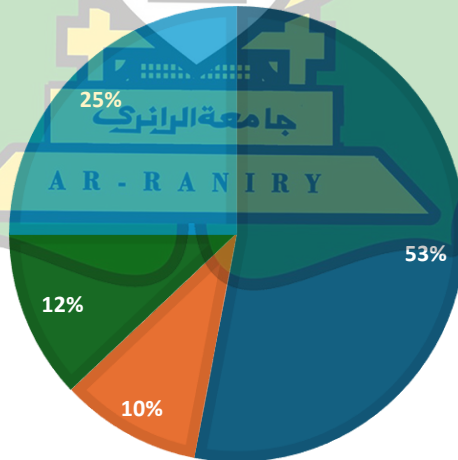
PENDIDIKAN

■ SMA/MA ■ S1 ■ S2 ■ DII



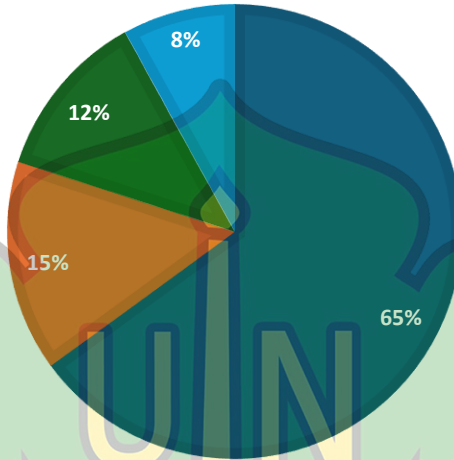
LAMA USAHA

■ 3 Tahun ■ 4 Tahun ■ 5 Tahun ■ >5 Tahun



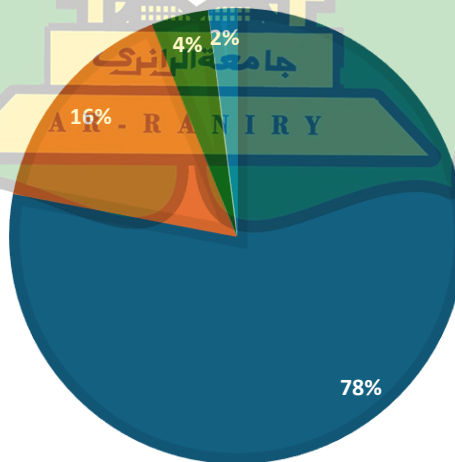
JENIS USAHA

■ Perdagangan ■ Jasa dan Pendidikan ■ Kuliner ■ Agribisnis dan pertanian



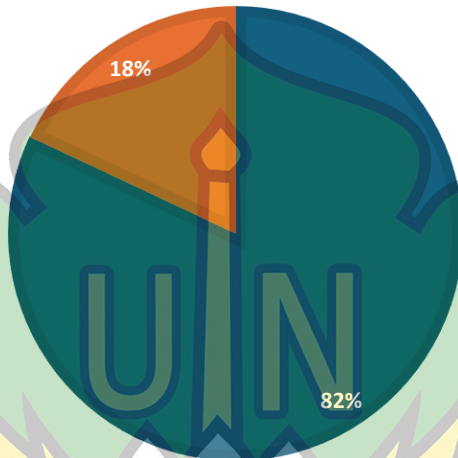
SKALA USAHA

■ Usaha Mikro ■ Usaha Kecil ■ Usaha Menengah ■ Usaha Besar



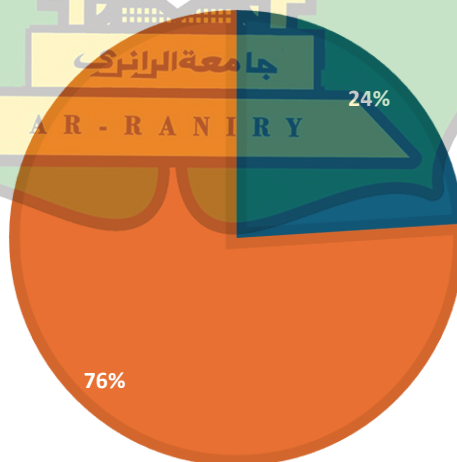
PENAMBAHAN JENIS PRODUK

■ Iya ■ Tidak



MEMILIKI CABANG USAHA

■ Iya ■ Tidak



Lampiran 3 : Tabulasi Data Kuesioner 100 Responden

Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)

No	Pernyataan (Pembatasan Izin Ritel Modern)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	4	4	4	4	3	22
2	4	5	5	4	5	4	27
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	3	2	3	4	4	19
8	3	2	1	1	2	2	11
9	4	4	5	5	4	4	26
10	1	1	1	1	1	1	6
11	1	4	5	5	4	5	24
12	1	3	5	4	5	3	21
13	3	2	3	3	3	2	16
14	5	4	4	4	5	5	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	3	3	3	3	3	18
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	1	2	2	3	14
20	1	1	2	1	2	1	8
21	1	1	1	1	1	1	6
22	5	4	4	4	5	5	27
23	5	4	5	5	4	5	28
24	4	5	4	4	4	4	25
25	5	5	5	5	3	4	27
26	4	4	4	4	4	4	24
27	3	3	4	3	5	3	21
28	1	1	1	1	1	1	6

29	2	1	3	1	1	1	9
30	4	4	2	4	4	4	22
31	2	2	2	4	3	3	16
32	4	4	4	3	4	4	23
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	2	3	2	2	2	14
37	3	2	3	3	3	3	17
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	3	3	3	3	3	18
41	5	5	5	5	5	5	30
42	3	3	3	3	3	3	18
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	5	4	5	4	5	27
45	5	5	5	5	5	5	30
46	3	3	3	3	3	3	18
47	1	1	1	1	1	1	6
48	1	1	1	1	1	1	6
49	1	1	1	2	1	1	7
50	3	3	3	5	4	4	22
51	2	3	1	4	2	2	14
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	3	3	3	4	3	3	19
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	5	5	4	4	26
57	3	3	3	3	2	3	17
58	3	4	4	4	4	4	23
59	5	4	4	4	4	4	25
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	5	4	5	4	5	27

62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	5	5	5	5	5	29
64	5	5	5	5	5	5	30
65	2	2	2	2	2	2	12
66	4	3	4	5	4	3	23
67	2	2	2	2	2	2	12
68	1	1	1	1	1	1	6
69	2	1	1	1	1	1	7
70	3	2	2	2	3	2	14
71	3	2	3	4	3	3	18
72	5	5	5	5	5	5	30
73	1	2	2	3	2	1	11
74	2	2	1	2	3	1	11
75	4	3	3	4	4	3	21
76	1	1	1	1	1	1	6
77	5	5	5	5	5	5	30
78	1	1	1	1	1	1	6
79	1	4	1	1	1	2	10
80	3	4	3	4	4	4	22
81	5	4	5	5	5	5	29
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	4	4	4	4	4	25
85	4	4	4	5	4	5	26
86	1	1	1	1	1	1	6
87	2	2	2	2	2	2	12
88	4	1	2	2	2	1	12
89	3	3	3	3	3	3	18
90	4	4	4	4	4	4	24
91	3	3	3	4	2	4	19
92	1	1	1	1	1	1	6
93	4	4	1	4	1	1	15
94	5	5	5	5	5	5	30

95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	5	4	5	5	5	28
99	4	4	4	5	5	5	27
100	4	4	4	4	4	4	24

Perilaku Konsumen (X2)

No	Pernyataan (Perilaku Konsumen)								Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	4	5	5	5	5	4	5	5	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	4	4	4	4	4	4	4	31
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	4	4	3	3	4	3	3	3	27
10	1	1	1	1	1	1	1	1	8
11	5	5	5	4	5	4	5	4	37
12	2	2	1	2	1	5	4	3	20
13	5	5	4	4	5	4	4	5	36
14	4	4	4	5	4	5	4	5	35
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	1	1	1	3	1	3	1	1	12
20	1	2	1	1	1	2	1	2	11
21	1	2	2	2	2	2	2	2	15
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32

23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	5	4	4	4	4	5	5	36
25	5	5	5	5	3	3	5	5	36
26	5	5	5	4	4	4	4	5	36
27	4	4	4	4	5	4	4	5	34
28	1	1	1	1	1	1	1	1	8
29	1	2	2	1	2	1	1	2	12
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	5	5	5	5	5	5	4	5	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	5	5	5	5	4	4	36
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	2	3	3	2	2	2	2	2	18
38	3	3	3	3	3	3	3	3	24
39	3	3	3	3	2	2	3	3	22
40	2	2	3	2	3	2	3	3	20
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43	4	4	4	4	4	5	4	5	34
44	5	4	5	4	5	4	5	4	36
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	1	1	1	1	1	1	1	1	8
48	1	1	1	1	1	1	1	1	8
49	1	1	3	1	1	1	2	2	12
50	2	2	3	2	3	2	2	3	19
51	3	1	3	3	3	2	3	3	21
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	4	4	4	4	3	4	4	31
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32

56	4	5	4	5	4	5	4	4	35
57	2	3	1	2	3	3	3	3	20
58	4	4	4	4	4	4	4	3	31
59	4	4	4	4	5	4	4	5	34
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	5	4	5	5	5	5	4	37
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	5	4	5	4	5	5	5	5	38
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	2	2	2	2	2	2	2	2	16
66	5	5	5	5	5	5	4	5	39
67	2	2	2	2	2	2	2	2	16
68	1	1	1	1	1	1	1	1	8
69	2	2	1	2	1	3	2	3	16
70	2	1	2	1	1	2	3	2	14
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	2	2	1	2	3	2	1	1	14
74	1	1	1	3	1	1	2	1	11
75	2	4	4	4	4	4	3	4	29
76	1	1	1	1	1	1	1	1	8
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	1	1	1	1	1	1	1	1	8
79	3	3	1	1	2	1	2	2	15
80	3	3	4	4	4	4	3	4	29
81	4	5	5	4	4	4	4	5	35
82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	4	4	4	4	5	5	5	4	35
85	4	5	4	5	4	5	5	5	37
86	1	1	1	1	1	1	1	1	8
87	2	2	2	2	2	2	2	2	16
88	3	3	1	1	1	2	2	3	16

89	3	2	3	3	3	3	3	3	23
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	2	3	2	2	3	2	4	3	21
92	1	1	1	1	1	1	1	1	8
93	1	4	1	4	3	2	1	4	20
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	4	5	4	4	4	4	5	4	34

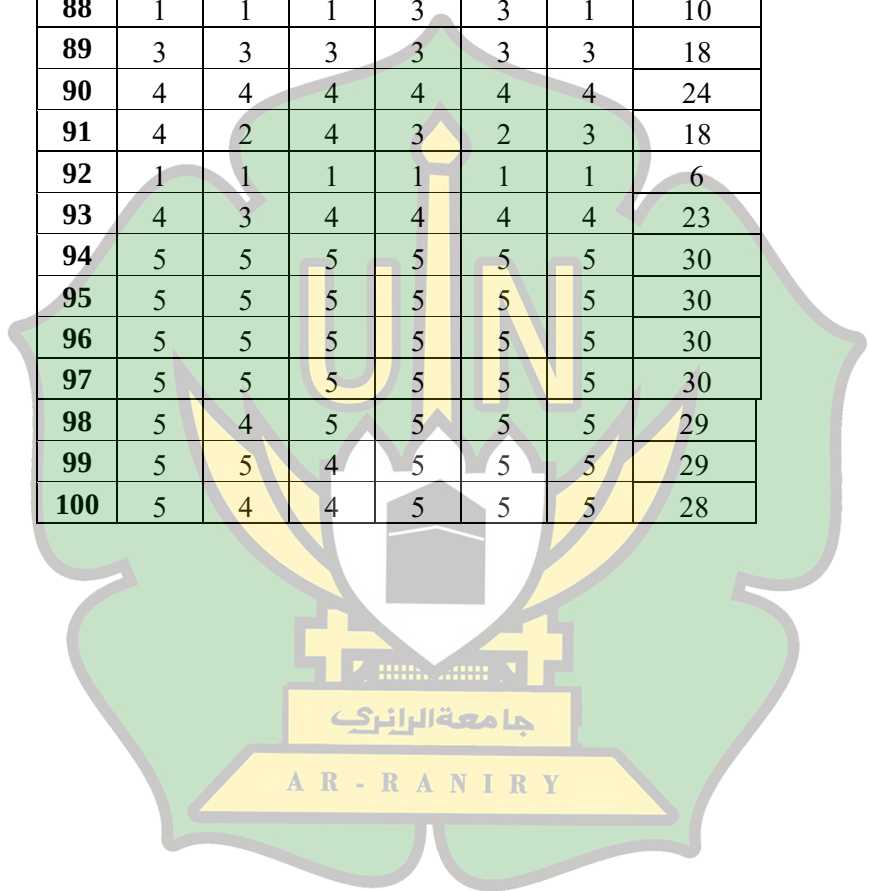
Pertumbuhan UMKM (Y)

No	Pernyataan (Pertumbuhan UMKM)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	3	4	4	4	3	22
2	5	5	4	4	4	5	27
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	3	3	3	3	3	18
7	4	4	5	4	5	4	26
8	3	3	3	3	3	3	18
9	4	3	3	3	4	4	21
10	1	1	1	1	1	1	6
11	4	5	4	3	5	5	26
12	1	2	3	1	2	1	10
13	3	3	3	3	4	3	19
14	4	5	4	5	4	4	26
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30

17	1	2	2	2	2	2	11
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	3	1	1	3	14
20	2	3	1	2	1	1	10
21	1	2	2	2	2	2	11
22	4	5	5	5	4	4	27
23	4	5	5	5	4	4	27
24	5	5	5	4	4	4	27
25	4	3	4	4	5	3	23
26	4	4	4	4	4	4	24
27	1	2	2	2	1	2	10
28	1	1	1	1	1	1	6
29	2	1	2	3	2	1	11
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	3	4	3	22
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	3	3	3	3	3	18
37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	3	3	3	3	3	18
39	2	2	2	2	2	2	12
40	5	5	4	4	4	4	26
41	5	5	5	5	5	5	30
42	3	3	3	3	3	3	18
43	4	5	4	5	4	5	27
44	4	5	5	4	5	4	27
45	5	5	5	5	5	5	30
46	3	3	3	3	3	3	18
47	1	1	1	1	1	1	6
48	1	1	1	1	1	1	6
49	2	2	2	3	1	2	12

50	2	1	3	2	1	2	11
51	1	2	3	2	3	3	14
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	3	3	3	3	3	19
55	2	2	2	1	2	2	11
56	2	4	5	2	4	5	22
57	3	3	3	3	3	3	18
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	5	4	4	4	5	26
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	4	5	5	5	5	29
62	4	4	4	4	4	4	24
63	2	2	1	2	2	2	11
64	3	4	4	4	4	4	23
65	2	2	2	2	2	2	12
66	4	4	5	4	5	4	26
67	2	2	2	2	2	2	12
68	1	1	1	1	1	1	6
69	2	3	2	1	2	1	11
70	1	2	2	2	2	2	11
71	3	2	2	3	3	3	16
72	5	5	5	5	5	5	30
73	2	1	2	3	2	1	11
74	3	3	2	1	1	1	11
75	3	4	4	4	4	3	22
76	3	3	3	3	3	3	18
77	5	5	5	5	5	5	30
78	1	1	1	1	1	1	6
79	1	4	1	2	2	1	11
80	3	4	3	2	4	4	20
81	1	4	5	4	5	5	24
82	5	5	5	5	5	5	30

83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	4	5	5	29
85	4	4	4	5	5	5	27
86	3	3	3	3	3	3	18
87	2	2	2	2	2	2	12
88	1	1	1	3	3	1	10
89	3	3	3	3	3	3	18
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	2	4	3	2	3	18
92	1	1	1	1	1	1	6
93	4	3	4	4	4	4	23
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	4	5	5	5	5	29
99	5	5	4	5	5	5	29
100	5	4	4	5	5	5	28



Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6
P1	Pearson	1	.846**	.806**	.809**	.820**	.843**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson	.846**	1	.852**	.883**	.863**	.918**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson	.806**	.852**	1	.868**	.902**	.890**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson	.809**	.883**	.868**	1	.873**	.900**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson	.820**	.863**	.902**	.873**	1	.917**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson	.843**	.918**	.890**	.900**	.917**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOT	Pearson	.890**	.912**	.889**	.910**	.905**	.933**
AL	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
P7	Pearson Correlation	1	.917*	.919*	.884*	.907*	.872*	.924*	.906*
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.917*	1	.881*	.908*	.910*	.871*	.885*	.929*
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	.919*	.881*	1	.904*	.920*	.852*	.903*	.899*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.884*	.908*	.904*	1	.914*	.911*	.878*	.904*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	.907*	.910*	.920*	.914*	1	.878*	.882*	.902*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	.872*	.871*	.852*	.911*	.878*	1	.898*	.897*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson Correlation	.924*	.885*	.903*	.878*	.882*	.898*	1	.906*
	Sig. (2-tailed)								
	N								

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson Correlation	.906*	.929*	.899*	.904*	.902*	.897*	.906*	1	.925*
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.921*	.934*	.929*	.938*	.931*	.917*	.936*	.925*	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Correlations

		P15	P16	P17	P18	P19	P20	TOTAL
P15	Pearson Correlation	1	.854**	.857**	.870**	.843**	.862**	.827**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P16	Pearson Correlation	.854**	1	.873**	.830**	.865**	.890**	.858**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P17	Pearson Correlation	.857**	.873**	1	.866**	.905**	.919**	.886**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P18	Pearson Correlation	.870**	.830**	.866**	1	.896**	.870**	.850**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P19	Pearson Correlation	.843**	.865**	.905**	.896**	1	.918**	.898**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

P20	Pearson	.862**	.890**	.919**	.870**	.918**	1	.904**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOT	Pearson	.827**	.858**	.886**	.850**	.898**	.904**	1
AL	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,975	6

Reliability Statistics (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,986	8

Reliability Statistics (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,977	6

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,19238981
Most Extreme Differences	Absolute	,168
	Positive	,168
	Negative	-,150
Test Statistic		,168
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

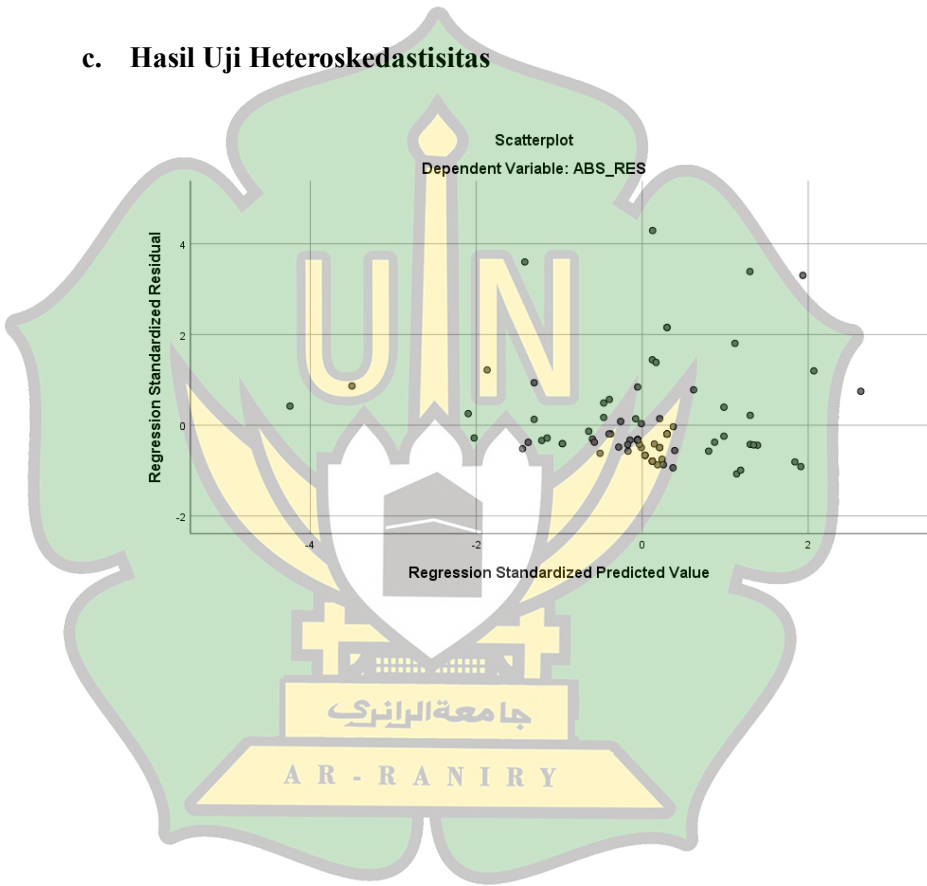
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,325	1,192		2,790	,006		
Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)	,345	,142	,354	2,426	,017	,141	7,095

Perilaku Konsumen (X2)	,367	,106	,504	3,453	,001	,141	7,095
------------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM (Y)

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7 : Hasil Uji Persamaan Regresi

a. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,325	1,192		2,790	,006
	Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)	,345	,142	,354	2,426	,017
	Perilaku Konsumen (X2)	,367	,106	,504	3,453	,001

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM (Y)

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,842 ^a	,709	,703	4,235

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen (X2), Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)

Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,325	1,192		2,790	,006
Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)	,345	,142	,354	2,426	,017
Perilaku Konsumen (X2)	,367	,106	,504	3,453	,001

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM (Y)

b. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4242,803	2	2121,401	118,260	,000 ^b
	Residual	1740,037	97	17,939		
	Total	5982,840	99			

a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM(Y)

b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen (X2), Pembatasan Izin Ritel Modern (X1)

Lampiran 9 : Distribusi R Tabel

Distribusi Nilai r_{tabel}
Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	38	0,32	0,413
4	0,95	0,99	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,38
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,33
18	0,468	0,59	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,22	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,267
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,23
27	0,381	0,487	150	0,159	0,21
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,47	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,08	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,43	800	0,07	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

Lampiran 10 : Distribusi t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (dk = 1 – 40)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903

39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804

79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.6638 8	1.98969	2.3732 7	2.63790	3.1939 2
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967

Lampiran 11 : Distribusi F Tabel

Distribution Nilai Tabel F _{0,05}										
Degrees of freedom for Nominator										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64
8	5,32	4,46	4,07	3,84	4,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	6,59	2,54
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08
50	4,08	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91

Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup

Nama : Afdhal
NIM : 220604048
Tempat/Tanggal Lahir: Simpang Ulim, 17 April 2004
Status : Belum Menikah
Alamat : Dusun Ujong Blang Desa Pucok Alue Sa
Kecamatan Simpang Ulim Kabupaten Aceh
Timur
No. Hp : 081370362452
Email : 220604048@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

1. SD : MIN 17 Aceh Timur
2. SMP : MTsS Al-Muslimun
3. SMA : MAS Al-Muslimun
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Syukri
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Maryana
Pekerjaan : PNS
Alamat : Dusun Ujong Blang Desa Pucok Alue Sa
Kecamatan Simpang Ulim Kabupaten Aceh
Timur

A R - R A N I R Y