Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 4, Nomor 4, May 2026, P. 287-293
e-ISSN: 2986-6340
Licensed by Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23910244

Dampak Geografis Keberadaan Minimarket terhadap Pedagang Kecil di Kota Tual Maluku

The Geographical Impacts of Minimarket Establishments on Small-Scale Traders in Tual City, Maluku

Rachel Metiary[1*], Ramli Umar[2], Hasriyanti[3]
Email Korespondensi: metiaryr@gmail.com

Abstrak

Perkembangan minimarket sebagai bagian dari ekspansi ritel modern telah membawa perubahan terhadap struktur ruang perdagangan dan pola interaksi ekonomi masyarakat perkotaan. Kondisi tersebut menjadi penting dikaji di Kota Tual, Maluku, yang memiliki karakteristik wilayah kepulauan dan konsentrasi aktivitas perdagangan pada kawasan perkotaan Pulau Dullah. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak geografis keberadaan minimarket terhadap pedagang kecil di Kota Tual dengan menitikberatkan pada aspek persebaran lokasi, aksesibilitas, kedekatan spasial, serta potensi perubahan aktivitas ekonomi pedagang kecil. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis spasial berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG). Data penelitian terdiri atas data lokasi ritel modern, data usaha mikro dan kecil, jaringan jalan, serta data sosial-ekonomi yang diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik dan dokumen Pemerintah Kota Tual. Identifikasi awal menunjukkan bahwa perkembangan ritel modern terkonsentrasi pada kawasan Pulau Dullah Selatan dan Pulau Dullah Utara. Kondisi tersebut sejalan dengan konsentrasi usaha mikro dan kecil yang mencapai sekitar 75% pada kedua wilayah tersebut. Keberadaan minimarket yang berlokasi pada kawasan dengan aksesibilitas tinggi berpotensi menciptakan tumpang tindih wilayah pelayanan dengan pedagang kecil. Dampak tersebut terutama berkaitan dengan persaingan memperoleh konsumen, perubahan pola belanja, serta kemungkinan perubahan omzet pedagang yang berada pada jarak dekat dari minimarket.
Kata kunci: *dampak geografis; minimarket; pedagang kecil; Kota Tual; ritel modern; SIG.*

Abstract

The development of minimarkets as part of the expansion of modern retail has brought changes to the spatial structure of commercial activities and patterns of economic interaction within urban communities. This condition is important to examine in Tual City, Maluku, which is characterized by an archipelagic geographical setting and a concentration of commercial activities in the urban areas of Dullah Island. This study aims to analyze the geographical impacts of minimarket establishments on small-scale traders in Tual City, focusing on location distribution, accessibility, spatial proximity, and potential changes in the economic activities of small-scale traders. The study employs a quantitative descriptive approach using spatial analysis based on Geographic Information Systems (GIS). The research data consist of modern retail location data, micro and small business data, road network data, and socio-economic data obtained from publications of Statistics Indonesia (BPS) and Tual City Government documents. Preliminary identification indicates that modern retail development is concentrated in the areas of South Dullah Island and North Dullah Island. This condition corresponds with the concentration of micro and small enterprises, approximately 75% of which are located in these two areas. The presence of minimarkets in areas with high accessibility has the potential to create overlapping service areas with small-scale traders.
Keywords: *geographical impact; minimarkets; small-scale traders; Tual City; modern retail; Geographic Information Systems (GIS).*

Article Info:
Received date: 05 May 2026 Revised date: 15 May 2026 Accepted date: 25 May 2026

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang mempunyai keterkaitan erat dengan ruang. Lokasi kegiatan perdagangan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kepadatan penduduk, aksesibilitas, jaringan jalan, kedekatan dengan permukiman, daya beli masyarakat, dan keberadaan pusat-pusat aktivitas (Pulungan, 2024). Perubahan pada struktur perdagangan dengan demikian tidak

hanya menghasilkan perubahan ekonomi, tetapi juga dapat membentuk perubahan pada pola ruang suatu wilayah (Hasriyanti, 2022).

Salah satu fenomena yang berkembang dalam struktur perdagangan perkotaan adalah ekspansi ritel modern melalui minimarket. Minimarket menawarkan bentuk pelayanan yang relatif berbeda dibandingkan toko kelontong tradisional, baik dari segi penataan barang, kepastian harga, kenyamanan, promosi, variasi produk, maupun sistem pembayaran (Santini et al., 2025). Perubahan tersebut menyebabkan masyarakat memiliki semakin banyak alternatif dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pertumbuhan minimarket pada satu sisi menunjukkan berkembangnya aktivitas ekonomi dan meningkatnya pelayanan perdagangan bagi masyarakat. Namun, pada sisi lain, perkembangan tersebut dapat menciptakan persaingan dengan pedagang kecil yang telah lama beroperasi di lingkungan permukiman (Saputri et al., 2024). Persaingan menjadi semakin penting ketika minimarket dan pedagang kecil berada dalam ruang pelayanan konsumen yang sama.

Sejumlah penelitian menunjukkan adanya keterkaitan antara perkembangan ritel modern dan kondisi ritel tradisional. Sayi et al. (2023), misalnya, menemukan bahwa kedekatan ritel modern dengan ritel tradisional berkaitan dengan perubahan minat pembeli pada ritel tradisional. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa faktor geografis berupa jarak memiliki peranan dalam persaingan antara kedua bentuk ritel tersebut. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa dampak minimarket terhadap toko kelontong tidak selalu seragam. Nurjannah dan Wisudawaty (2025) menunjukkan adanya dampak kehadiran minimarket terhadap pedagang kelontong di Kecamatan Tamalate, terutama berkaitan dengan perubahan pelanggan dan omzet. Pada saat yang sama, keberadaan ritel modern juga dapat menciptakan peluang tertentu bagi pelaku usaha kecil, misalnya melalui pemasaran produk lokal.

Kondisi tersebut menarik untuk dikaji dalam konteks Kota Tual. Sebagai kota kepulauan, Kota Tual mempunyai karakteristik spasial yang berbeda dengan kota-kota daratan pada umumnya. Aktivitas perkotaan dan perdagangan terkonsentrasi pada kawasan tertentu, khususnya Pulau Dullah. Konsentrasi tersebut menyebabkan distribusi kegiatan ekonomi memiliki pola keruangan yang penting untuk dianalisis (Mardianah et al., 2024).

Data Pemerintah Kota Tual menunjukkan bahwa jumlah usaha mikro dan kecil mengalami perkembangan dari 6.374 unit pada 2020 menjadi sekitar 12.200 unit pada 2024. Sektor perdagangan menjadi salah satu bidang usaha yang dominan, dengan proporsi sekitar 42% dari usaha mikro dan kecil. Selain itu, sekitar 75% usaha mikro dan kecil terkonsentrasi di Pulau Dullah Utara dan Pulau Dullah Selatan (BPS Kota Tual, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa kedua wilayah tersebut merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat Kota Tual.

Dari perspektif ekonomi daerah, kategori perdagangan juga mempunyai kontribusi penting terhadap perekonomian Kota Tual. Pada 2024, sektor perdagangan memberikan kontribusi sekitar 13,59% terhadap PDRB Kota Tual (Ariffian et al., 2024). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa perubahan struktur perdagangan memiliki arti penting bagi keberlangsungan ekonomi masyarakat.

Dalam ruang perdagangan yang relatif terkonsentrasi tersebut, perkembangan minimarket menjadi fenomena yang perlu diperhatikan (Fakhrur et al., 2026). Identifikasi awal menunjukkan adanya beberapa ritel modern dan minimarket pada sejumlah kawasan Kota Tual, antara lain di Ketsoblak, Lodar El, Taar, Fiditan, dan Ngadi. Sejumlah lokasi tersebut berada pada kawasan yang mempunyai fungsi sebagai jalur transportasi, permukiman, dan pusat aktivitas masyarakat (Bachmid et al., 2024).

Persoalan penelitian bukan semata-mata mengenai bertambahnya jumlah minimarket, tetapi bagaimana lokasi minimarket tersebut berinteraksi secara spasial dengan keberadaan pedagang kecil. Pedagang yang berjarak beberapa puluh meter dari minimarket kemungkinan menghadapi kondisi persaingan yang berbeda dibandingkan pedagang yang berjarak lebih dari satu kilometer. Demikian pula pedagang yang berada di jalan utama memiliki kondisi aksesibilitas berbeda dengan pedagang yang berada pada jalan lingkungan.

Pendekatan geografis menjadi penting untuk memahami fenomena tersebut. Analisis geografis memungkinkan keberadaan minimarket dikaji berdasarkan lokasi, pola persebaran, jarak, aksesibilitas, dan hubungan dengan distribusi pedagang kecil (Hasriyanti, 2023). Sistem Informasi Geografis dapat digunakan untuk memvisualisasikan pola tersebut sekaligus mengidentifikasi wilayah yang mempunyai tingkat kedekatan dan potensi persaingan lebih tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis dampak geografis keberadaan minimarket terhadap pedagang kecil di Kota Tual, khususnya melalui aspek persebaran spasial, kedekatan lokasi, aksesibilitas, serta perubahan aktivitas ekonomi pedagang kecil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis spasial. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian tidak hanya mengidentifikasi keberadaan minimarket dan pedagang kecil, tetapi juga menganalisis hubungan keduanya berdasarkan lokasi dan jarak geografis. Penelitian dilaksanakan di seluruh wilayah administratif Kota Tual, Provinsi Maluku. Secara khusus, analisis diarahkan pada kawasan yang memiliki konsentrasi aktivitas perdagangan, terutama Kecamatan Pulau Dullah Selatan dan Kecamatan Pulau Dullah Utara.

Data penelitian terdiri atas data spasial dan data nonspasial. Data spasial meliputi titik lokasi minimarket, lokasi pedagang kecil, jaringan jalan, dan batas administrasi. Sementara itu, data nonspasial meliputi jumlah usaha, karakteristik pedagang, jumlah pelanggan, omzet, jenis barang yang dijual, lama usaha, serta strategi pedagang menghadapi persaingan. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Tual, Pemerintah Kota Tual, dokumen perencanaan pembangunan daerah, serta sumber informasi mengenai lokasi ritel modern. Data primer diperoleh melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner kepada pedagang kecil. Identifikasi awal lokasi ritel modern digunakan sebagai dasar survei lapangan. Lokasi yang teridentifikasi meliputi beberapa gerai Alfamidi serta ritel lokal seperti Tual Mart, Lulu Mart, GM Mart, dan TRIJE Market. Seluruh titik tersebut perlu diverifikasi kembali melalui observasi lapangan dan data perizinan sebelum digunakan sebagai data final penelitian.

Analisis spasial dilakukan dengan menggunakan Sistem Informasi Geografis. Tahapan analisis meliputi pemetaan titik lokasi minimarket dan pedagang kecil, analisis jarak, pembuatan zona penyangga (*buffer*), serta analisis pola konsentrasi. Zona kedekatan dibagi menjadi lima kategori, yaitu 0–100 meter, >100–250 meter, >250–500 meter, >500–1.000 meter, dan lebih dari 1.000 meter. Analisis jarak digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kedekatan antara minimarket dan pedagang kecil. Sementara itu, analisis jaringan jalan digunakan untuk memperhatikan aspek aksesibilitas, karena jarak geografis tidak selalu sama dengan jarak perjalanan aktual. Data hasil wawancara dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui perubahan jumlah pelanggan, omzet, dan strategi usaha. Hubungan antara jarak dengan kondisi ekonomi pedagang selanjutnya dapat dianalisis menggunakan korelasi atau analisis statistik yang sesuai dengan karakteristik data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Perdagangan Kota Tual

Kota Tual mempunyai karakteristik ekonomi yang cukup kuat pada sektor perdagangan dan jasa. Perdagangan menjadi salah satu aktivitas utama masyarakat perkotaan karena berkaitan langsung dengan distribusi barang kebutuhan masyarakat dan aktivitas ekonomi rumah tangga (Hidayat et al., 2025). Data tahun 2024 menunjukkan bahwa sektor perdagangan memberikan kontribusi sekitar 13,59% terhadap PDRB Kota Tual. Selain itu, jumlah usaha perdagangan tercatat mencapai ribuan unit yang tersebar pada beberapa kecamatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan memiliki posisi penting dalam struktur ekonomi daerah.

Pertumbuhan usaha mikro dan kecil juga menunjukkan perkembangan yang signifikan. Jumlah usaha mikro dan kecil meningkat dari 6.374 unit pada 2020 menjadi sekitar 12.200 unit pada 2024. Pertumbuhan tersebut menunjukkan semakin besarnya aktivitas ekonomi masyarakat melalui usaha skala kecil. Namun, perkembangan jumlah usaha tidak secara otomatis menunjukkan peningkatan kesejahteraan seluruh pelaku usaha. Bertambahnya unit usaha juga dapat meningkatkan persaingan dalam memperoleh konsumen, terutama pada kawasan yang mempunyai daya tarik perdagangan tinggi.

Konsentrasi Aktivitas Ekonomi di Pulau Dullah

Salah satu karakteristik geografis penting Kota Tual adalah konsentrasi aktivitas ekonomi pada Pulau Dullah Utara dan Pulau Dullah Selatan. Kedua wilayah tersebut menampung sekitar 75% usaha mikro dan kecil Kota Tual. Konsentrasi tersebut dapat dijelaskan oleh keberadaan pusat pemerintahan, jaringan jalan, kawasan permukiman, pusat pelayanan, serta aktivitas perdagangan yang relatif lebih tinggi dibandingkan wilayah lainnya.

Dari perspektif geografi ekonomi, konsentrasi usaha tersebut menciptakan aglomerasi ekonomi, yaitu kecenderungan aktivitas ekonomi untuk berkumpul pada ruang tertentu karena adanya keuntungan lokasi (Hasriyanti, 2025). Aglomerasi tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen sekaligus meningkatkan daya tarik bagi ritel modern (Nisa et al., 2024). Oleh karena itu, perkembangan minimarket pada kawasan tersebut perlu dipahami sebagai bagian dari dinamika struktur ruang ekonomi Kota Tual.

Persebaran Minimarket di Kota Tual

Identifikasi awal menunjukkan adanya beberapa lokasi minimarket dan ritel modern di Kota Tual. Sebagian besar titik yang teridentifikasi berada pada Pulau Dullah Selatan dan Pulau Dullah Utara. Beberapa lokasi yang teridentifikasi antara lain Alfamidi Dr. Leimena di Ketsoblak, beberapa gerai Alfamidi di kawasan Lodar El dan Ketsoblak, Alfamidi di kawasan Taar dan Fiditan, serta sejumlah ritel lokal (Pemerintah Kota Tual, 2025).

Pola tersebut menunjukkan kecenderungan lokasi ritel modern mengikuti pusat aktivitas masyarakat dan jaringan jalan yang mempunyai aksesibilitas relatif tinggi. Secara geografis, pemilihan lokasi tersebut dapat dipahami melalui konsep aksesibilitas dan jangkauan pasar. Lokasi dengan tingkat aksesibilitas tinggi memungkinkan minimarket menjangkau konsumen dari beberapa arah sekaligus. Kondisi ini menjadi penting bagi pedagang kecil karena sebagian besar toko kelontong juga berada di sekitar kawasan permukiman yang sama. Akibatnya, terdapat kemungkinan terjadinya tumpang tindih wilayah pelayanan konsumen.

Kedekatan Minimarket dengan Pedagang Kecil

Kedekatan spasial merupakan salah satu aspek utama dalam menganalisis dampak minimarket terhadap pedagang kecil. Pedagang yang berlokasi pada radius kurang dari 100 meter dari minimarket mempunyai peluang lebih besar untuk melayani kelompok konsumen yang sama. Konsumen yang tinggal atau beraktivitas di sekitar kawasan tersebut dapat memilih antara toko kelontong dan minimarket berdasarkan harga, kenyamanan, jenis barang, pelayanan, maupun kemudahan akses.

Pada radius yang lebih jauh, tingkat interaksi kompetitif dapat berkurang karena wilayah pelayanan masing-masing usaha menjadi lebih berbeda. Namun, jarak tidak dapat menjadi satu-satunya indikator dampak. Jalan yang menghubungkan dua lokasi, hambatan geografis, pola permukiman, kepadatan penduduk, serta arah pergerakan konsumen juga memengaruhi interaksi antaraktivitas perdagangan. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan jarak sebagai salah satu variabel geografis yang perlu dianalisis bersama dengan aksesibilitas.

Dampak terhadap Pola Belanja Konsumen

Keberadaan minimarket memberikan alternatif baru bagi masyarakat dalam memperoleh barang kebutuhan sehari-hari. Perubahan alternatif tersebut dapat memengaruhi pola perjalanan dan pilihan tempat belanja. Minimarket memiliki beberapa karakteristik yang dapat menarik konsumen,

seperti penataan produk, harga yang terlihat secara langsung, promosi, kenyamanan, dan sistem pembayaran.

Sementara itu, pedagang kecil mempunyai keunggulan yang berbeda, terutama kedekatan dengan tempat tinggal konsumen, hubungan sosial, fleksibilitas pembelian, dan pelayanan personal. Dengan demikian, perubahan pola belanja tidak selalu menghasilkan hilangnya konsumen pedagang kecil secara keseluruhan. Sebagian konsumen dapat tetap memilih toko kecil karena faktor kedekatan, hubungan sosial, atau kebutuhan pembelian dalam jumlah kecil. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa dampak geografis minimarket bersifat kontekstual dan dipengaruhi karakteristik ruang serta karakteristik usaha.

Dampak terhadap Pendapatan Pedagang Kecil

Dampak ekonomi merupakan salah satu aspek yang penting untuk dianalisis setelah pola spasial diketahui. Ketika minimarket berada dekat dengan pedagang kecil dan menawarkan jenis barang yang relatif sama, persaingan konsumen berpotensi meningkat. Perpindahan sebagian konsumen dapat menyebabkan perubahan jumlah transaksi dan omzet pedagang.

Penelitian (Nurjannah et al., 2025) mengenai pedagang kelontong di Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, menunjukkan adanya dampak kehadiran minimarket terhadap kondisi usaha pedagang kelontong, termasuk persoalan perubahan pelanggan dan omzet. Akan tetapi, temuan dari wilayah lain tidak dapat langsung digeneralisasikan ke Kota Tual. Karakteristik sosial masyarakat Kota Tual, kondisi kepulauan, pola permukiman, jaringan transportasi, dan karakteristik perdagangan lokal dapat menghasilkan pola yang berbeda (BPS Kota Tual, 2024). Oleh karena itu, penelitian lapangan di Kota Tual perlu membandingkan kondisi pedagang berdasarkan zona jarak sehingga dapat diketahui apakah pedagang yang berada lebih dekat dengan minimarket menunjukkan perubahan omzet yang berbeda dengan pedagang yang berada lebih jauh.

Strategi Adaptasi Pedagang Kecil

Pedagang kecil tidak selalu berada pada posisi yang hanya menerima dampak negatif dari perkembangan minimarket. Mereka juga mempunyai kapasitas adaptasi yang dapat menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan. Beberapa strategi yang dapat digunakan antara lain mempertahankan hubungan personal dengan pelanggan, menyediakan barang dalam jumlah kecil, meningkatkan variasi barang, memperbaiki pelayanan, memberikan fleksibilitas pembayaran, dan menggunakan media digital untuk promosi.

Konteks Kota Tual juga membuka peluang pengembangan produk lokal. Ritel modern dapat menjadi saluran pemasaran produk UMKM apabila terdapat pola kemitraan antara pedagang/UMKM dan pengelola ritel. Dengan demikian, hubungan minimarket dan pedagang kecil tidak harus selalu dipahami sebagai hubungan kompetitif. Dalam kondisi tertentu, dapat berkembang hubungan kompetisi sekaligus komplementer, terutama ketika produk lokal dapat masuk ke jaringan pemasaran ritel modern (Nurjannah et al., 2025).

Perspektif Geografis terhadap Persaingan Ritel

Temuan konseptual penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan antara minimarket dan pedagang kecil memiliki dimensi ruang yang kuat. Pertama, lokasi menentukan potensi jangkauan konsumen. Kedua, jarak menentukan tingkat kedekatan antarpelaku usaha. Ketiga, aksesibilitas menentukan kemudahan konsumen mencapai lokasi. Keempat, konsentrasi penduduk menentukan potensi pasar. Kelima, aglomerasi perdagangan dapat meningkatkan daya tarik suatu kawasan bagi berbagai jenis usaha (Latif et al., 2024). Dengan demikian, dampak minimarket tidak seharusnya hanya dianalisis melalui perubahan pendapatan, tetapi juga melalui perubahan konfigurasi ruang perdagangan.

SIMPULAN

Perkembangan minimarket di Kota Tual merupakan bagian dari perubahan struktur ruang perdagangan perkotaan. Pertumbuhan ritel modern berlangsung pada wilayah yang mempunyai

aktivitas ekonomi dan aksesibilitas relatif tinggi, terutama kawasan Pulau Dullah Utara dan Pulau Dullah Selatan. Konsentrasi usaha mikro dan kecil pada kedua wilayah tersebut menunjukkan bahwa terdapat ruang perdagangan yang sangat aktif. Dalam kondisi tersebut, keberadaan minimarket dapat menciptakan persaingan dengan pedagang kecil, khususnya ketika kedua jenis usaha berada dalam wilayah pelayanan konsumen yang sama.

Dampak geografis keberadaan minimarket terutama dapat dipahami melalui hubungan antara lokasi, jarak, aksesibilitas, konsentrasi aktivitas ekonomi, dan perubahan pola konsumen. Pedagang yang berada dekat dengan minimarket berpotensi menghadapi tingkat persaingan yang lebih tinggi, tetapi besarnya dampak tetap dipengaruhi oleh karakteristik produk, harga, pelayanan, hubungan sosial, dan kemampuan adaptasi. Pendekatan Sistem Informasi Geografis dapat digunakan untuk memetakan persebaran minimarket dan pedagang kecil serta mengidentifikasi zona yang mempunyai tingkat kedekatan tinggi. Hasil pemetaan tersebut dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah dalam merancang kebijakan perdagangan yang mempertimbangkan distribusi spasial usaha kecil dan perkembangan ritel modern.

REFERENSI

Ariffian, R., & Zainal, M. (2024). Influence of modern retail, digital marketing, and technological infrastructure toward traditional retail in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 754–765. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-585-0_52

Bachmid, S., Hidayat, M. U., & Noval, N. (2024). Traditional vs modern groceries from Islamic perspective in Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business, 9*(1).

Badan Pusat Statistik Kota Tual. (2024). *Kota Tual dalam angka 2024*. BPS Kota Tual.

Badan Pusat Statistik Kota Tual. (2025). *Kota Tual dalam angka 2025*. BPS Kota Tual.

Fakhrur Rizky, M., Luthfi, A., & Indrawati, Y. (2026). Market structure and conduct in traditional markets versus modern retail stores in Situbondo Regency, Indonesia: Evidence from the Structure Conduct Performance (SCP) framework. *International Journal of Economics, Commerce, and Management, 3*(1). https://doi.org/10.62951/ijecm.v3i1.1108.

Hasriyanti, dkk. 2022. Geografi Penduduk dan Pembangunan. CV. Eureka Media Aksara. ISBN: 978-623-5382-73-9. Probolinggo.

Hasriyanti. (2025). Geografi Budaya, Ideologi Ritual dalam Konsep Kewilayahan. ISBN: 978-634-7403-07-0. 137 Hal. Cetakan Pertama: Juli 2025. Penerbit Ganesha Kreasi Semesta. Banyumas.

Hasriyanti. 2023. GEOGRAFI DESA KOTA, Modernisasi dan Interaksi Keruangan. Madza Media. ISBN 978-623-130-614-2. 222 h. Cetakan ke-1, 2023. Bojonegoro.

Hidayat, T. (2025). Strategi bertahan pedagang kelontong menghadapi persaingan dengan minimarket di Sempaja Selatan Kota Samarinda. *eJournal Pembangunan Sosial*.

Latif, S., Lakoro, F. S., & Sukrianto. (2024). Implikasi kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret terhadap ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, 20*(2).

Madrianah, M., Alimuddin, F., Fadilah, N., & Sudirman, S. (2024). Comparison of modern retail and traditional retail reviewed from the perspective of consumers in urban and rural areas in Pinrang Regency. *Jurnal Mantik, 8*(3), 1388–1395. https://doi.org/10.35335/mantik.v8i3.5623

Nisa, D. S. M., & Adinugraha, H. H. (2024). The impact of modern retail on traditional shops: A case study in Wonokerto. *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital, 1*(1), 1–17. https://doi.org/10.69533/9kccpp22.

Nurjannah, N., & Wisudawaty, I. (2025). Penguatan literasi keuangan pedagang kelontong akibat dampak kehadiran minimarket (studi kasus di Kecamatan Tamalate Kota Makassar). *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 10*(2), 158–167. https://doi.org/10.33084/neraca.v10i2.9804

Pemerintah Kota Tual. (2025). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Tual Tahun 2025–2029*. Pemerintah Kota Tual.

Pulungan, R. Y. (2024). *Analisis kelayakan usaha pada pedagang kecil (warung) dengan keberadaan minimarket di Rantauprapat*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Santini, I., Sicillia, M., & Yazid, A. (2025). Analisis dampak maraknya minimarket terhadap pedagang kelontong/kecil dalam kajian sosiologi hukum di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 9*(1), 1196–1203.

Saputri, S. D., & Priyono, B. (2024). Implementasi bauran pemasaran 7P pada warung kelontong Madura di Kelurahan Perwira Bekasi Utara. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*.

Sayi, W., Mooduto, W. I. S., & Anani, S. (2023). Analysis of the impact of modern retail on buyer interest in traditional retail, Tilamuta District. *Journal of Economic, Business and Administration, 4*(1), 42–51. https://doi.org/10.47918/jeba.v4i1.999