MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PERSEPSI PEMILIK TOKO KELONTONG TERHADAP DAMPAK KEHADIRAN KOPERASI DESA MERAH PUTIH DI DESA GADUNGAN, KECAMATAN WATES KABUPATEN KEDIRI, TERHADAP OMSET PENJUALAN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Mochamad Rifqi Putra Wardana, Niko Stiawan, Muhammad Firdaus Asna Rukminto, Adam Zulfan Hari Oktaka
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email: ardanadana91@gmail.com, stiawanniko@yahoo.com, firdausck3@gmail.com, adamzulfan13@gmail.com

ABSTRAK

Kehadiran Koperasi Desa Merah Putih (KDMP) sebagai program strategis nasional yang digulirkan pemerintah melalui Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2025 membawa perubahan pada struktur ekonomi di tingkat desa, termasuk di Desa Gadungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. Di satu sisi, koperasi ini diharapkan memperkuat perputaran ekonomi lokal dan memberi kemudahan akses permodalan maupun distribusi kebutuhan pokok bagi warga; di sisi lain, kemunculannya berpotensi memunculkan tekanan persaingan usaha bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang telah lebih dulu beroperasi, termasuk toko pracangan atau toko kelontong. Penelitian ini bertujuan mengkaji persepsi pemilik toko pracangan terhadap dampak kehadiran KDMP terhadap omset penjualan usaha mereka. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus di Desa Gadungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur dengan pemilik toko pracangan, serta studi dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran KDMP dipandang membawa manfaat bagi perekonomian desa secara umum, namun secara bersamaan menimbulkan kekhawatiran di kalangan pelaku UMKM karena berpotensi meningkatkan intensitas persaingan usaha yang dapat memengaruhi jumlah pelanggan dan omset penjualan mereka. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, pemilik usaha menempuh strategi pelayanan personal, di antaranya memberikan kemudahan pembayaran secara utang atau kredit informal kepada pelanggan tetap. Temuan ini memperkuat argumen bahwa dampak koperasi desa terhadap UMKM bersifat ambivalen dan sangat bergantung pada pola relasi kemitraan yang dibangun antara koperasi dan pelaku usaha lokal, bukan semata-mata pada kehadirannya.

Kata kunci: persepsi, Koperasi Desa Merah Putih, toko pracangan, omset penjualan, UMKM desa

ABSTRACT

The establishment of the Merah Putih Village Cooperative (KDMP)—a national strategic program launched by the government via Presidential Instruction Number 9 of 2025—has brought changes to the economic structure at the village level, including in Gadungan Village, Wates District, Kediri Regency. On one hand, the cooperative is expected to

Article History
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

*boost local economic activity and facilitate residents' access to capital and the distribution of basic necessities; on the other hand, its emergence potentially creates competitive pressure for pre-existing micro, small, and medium enterprises (MSMEs), such as local grocery shops (*toko pracangan*). This study aims to examine the perceptions of grocery shop owners regarding the impact of the KDMP on their sales revenue. A descriptive qualitative approach utilizing a case study method was employed in Gadungan Village, Wates District, Kediri Regency. Data were gathered through observation, semi-structured interviews with shop owners, and document analysis. Data analysis followed the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was verified through source triangulation. The findings indicate that while the KDMP is viewed as beneficial to the village economy overall, it simultaneously raises concerns among MSME operators due to the potential for heightened business competition, which could affect their customer base and sales revenue. To maintain customer loyalty, business owners employ personalized service strategies, such as offering informal credit or deferred payment options to regular customers. These findings reinforce the argument that the impact of village cooperatives on MSMEs is ambivalent and depends heavily on the nature of the partnership established between the cooperative and local businesses, rather than solely on the cooperative's mere presence.*

Keywords: perception, Red and White Village Cooperative, grocery store, sales turnover, rural MSMEs

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi pedesaan di Indonesia senantiasa dihadapkan pada persoalan struktural, mulai dari terbatasnya akses permodalan, panjangnya rantai distribusi barang, hingga rendahnya daya tawar pelaku usaha mikro di hadapan pelaku usaha berskala lebih besar. Untuk menjawab persoalan tersebut, pemerintah menggulirkan program pembentukan Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih (KDMP) secara serentak di seluruh Indonesia melalui Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2025 tentang Percepatan Pembentukan Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih. Kebijakan ini dilandasi asumsi bahwa koperasi mampu berperan sebagai instrumen ekonomi kerakyatan yang membantu UMKM di desa meningkatkan daya saing melalui skala ekonomi, inovasi, dan pemasaran bersama, sekaligus menjadi penyangga ekonomi masyarakat desa dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi nasional maupun global (Fiskusnews, 2026).

Secara konseptual, KDMP dirancang bukan sebagai pesaing bagi pelaku usaha yang sudah ada, melainkan sebagai penguat ekosistem ekonomi desa melalui unit usaha simpan pinjam, perdagangan, jasa, dan kemitraan usaha. Kehadirannya diharapkan memberi akses permodalan yang lebih mudah, murah, dan aman dibandingkan lembaga keuangan informal, sekaligus menekan ketergantungan warga terhadap rentenir maupun pinjaman berbunga tinggi (Tosari, 2026). Lebih jauh, dana yang berputar di dalam koperasi desa diyakini tidak lari ke kota atau pusat distribusi besar, melainkan terus beredar di antara anggota koperasi sehingga mendorong daya beli lokal dan pertumbuhan usaha kecil (Beritanasionalupdate, 2026).

Namun demikian, harapan ideal tersebut tidak serta-merta berjalan mulus ketika berhadapan dengan realitas di lapangan. Sejumlah kajian terdahulu tentang kehadiran ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart di berbagai daerah menunjukkan pola yang perlu diwaspadai, yaitu terjadinya penurunan omset, pendapatan, bahkan ancaman gulung tikar bagi pedagang tradisional dan toko kelontong di sekitarnya (Isnaliana & Amri, 2024; Tohri et al., 2023).

Meskipun KDMP secara kelembagaan berbeda dari ritel modern berjejaring nasional, keduanya memiliki kemiripan fungsi dalam hal penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari dengan skema distribusi dan harga yang lebih kompetitif, sehingga berpotensi menimbulkan efek substitusi terhadap toko pracangan yang selama ini menjadi tumpuan hidup sebagian warga desa (Pondokpanjang, 2026).

Dalam kerangka teori pembangunan ekonomi, fenomena ini dikenal dengan istilah crowding out, yaitu tersingkirnya pelaku usaha kecil akibat dominasi pelaku usaha yang berskala lebih besar atau memiliki struktur modal dan distribusi yang lebih efisien. Risiko ini cenderung muncul apabila koperasi menjalankan unit usaha yang sama persis dengan UMKM tanpa skema kemitraan yang adil. Sebaliknya, teori yang sama juga membuka kemungkinan terjadinya crowding in, yakni kondisi ketika koperasi justru memperbesar kapasitas UMKM melalui kemitraan, agregasi produk, dan perluasan akses pasar. Dengan kata lain, dampak koperasi desa terhadap UMKM bukan soal ada atau tidaknya koperasi, melainkan soal bagaimana koperasi tersebut dijalankan dan diposisikan dalam ekosistem ekonomi desa (Pondokpanjang, 2026).

Desa Gadungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri merupakan salah satu desa yang turut menjadi lokasi pembentukan KDMP sebagai tindak lanjut kebijakan nasional tersebut. Kehidupan ekonomi warga Gadungan banyak ditopang oleh keberadaan toko pracangan atau toko kelontong milik warga yang telah beroperasi bertahun-tahun dan menjadi bagian tak terpisahkan dari interaksi sosial-ekonomi sehari-hari. Toko-toko ini tidak sekadar berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga berperan sebagai ruang sosial yang mempertemukan pemilik usaha dengan pelanggan tetap yang sering kali sudah terjalin relasi kekeluargaan dan kepercayaan selama bertahun-tahun. Ketika koperasi desa hadir dengan skema penjualan kebutuhan pokok yang serupa, muncul pertanyaan mendasar mengenai bagaimana pemilik toko pracangan memandang dan menyikapi perubahan lanskap persaingan usaha tersebut.

Sejauh penelusuran penulis, kajian akademik yang secara spesifik mengangkat persepsi pemilik toko pracangan terhadap dampak kehadiran Koperasi Desa Merah Putih pada tingkat omset penjualan masih sangat terbatas. Studi-studi terdahulu lebih banyak berfokus pada dampak ritel modern berjejaring nasional terhadap pedagang tradisional (Tohri et al., 2023; Isnaliana & Amri, 2024; Ismail, 2020), atau pada kajian normatif mengenai urgensi dan desain kebijakan pembentukan koperasi desa merah putih secara nasional (Bachtiar, Pratiwi, & Rizal, 2025; Afgani & Wanusmawatie, 2025). Kekosongan inilah yang disebut sebagai research gap dalam penelitian ini, yaitu belum tersedianya kajian empiris berbasis persepsi pelaku usaha lokal, khususnya toko pracangan, terhadap kehadiran koperasi desa yang notabene merupakan program yang relatif baru digulirkan secara nasional pada tahun 2025.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk: pertama, mendeskripsikan persepsi pemilik toko pracangan di Desa Gadungan terhadap kehadiran Koperasi Desa Merah Putih; kedua, menganalisis dampak yang dirasakan pemilik toko pracangan terhadap omset penjualan pascakehadiran koperasi desa tersebut; dan ketiga, mengidentifikasi strategi adaptasi yang ditempuh pemilik toko pracangan dalam mempertahankan pelanggan dan keberlangsungan usahanya di tengah dinamika persaingan yang baru terbentuk.

Persepsi dapat dipahami sebagai proses kognitif yang dilalui individu dalam menerima, menafsirkan, dan memberi makna terhadap suatu stimulus atau peristiwa berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan kepentingan yang melekat pada dirinya. Dalam konteks ekonomi, persepsi pelaku usaha terhadap suatu kebijakan atau perubahan lingkungan bisnis sangat menentukan respons perilaku yang akan diambil. Dalam penelitian mengenai kehadiran ritel modern, ditemukan bahwa persepsi pedagang terhadap minimarket turut membentuk kondisi sosial ekonomi mereka, sehingga persepsi tidak dapat dipisahkan dari respons perilaku ekonomi yang muncul kemudian (Permatasari, 2016, dalam Isnaliana & Amri, 2024). Koperasi

Desa Merah Putih sendiri merupakan program strategis nasional yang diinisiasi pemerintah untuk mempercepat pemerataan ekonomi hingga ke tingkat akar rumput, dengan landasan filosofis berupa asas kekeluargaan, gotong royong, dan kemandirian ekonomi masyarakat desa (Tosari, 2026). Dalam kajian mengenai koperasi desa dan tata kelola pemerintahan, KDMP diposisikan sebagai instrumen pembangunan desa yang menyatukan fungsi ekonomi dan fungsi tata kelola partisipatif (Bachtiar, Pratiwi, & Rizal, 2025), dan dari perspektif ekonomi politik pembangunan, kebijakan ini dapat dibaca melalui pendekatan state-centered, yaitu negara berperan aktif sebagai penggerak utama transformasi ekonomi desa (Afgani & Wanusmawatie, 2025).

Salah satu kerangka teori penting untuk memahami relasi antara koperasi desa dan UMKM adalah konsep crowding out dan crowding in dalam ekonomi pembangunan. Crowding out terjadi ketika kehadiran lembaga usaha besar atau terorganisasi menggeser posisi pelaku usaha kecil karena persaingan yang tidak seimbang, terutama apabila unit usaha yang dijalankan identik tanpa mekanisme kemitraan yang jelas. Sebaliknya, crowding in terjadi ketika lembaga tersebut justru memperkuat kapasitas pelaku usaha kecil melalui skema kemitraan, agregasi produk, dan perluasan akses pasar (Pondokpanjang, 2026). Penelitian di Kecamatan Banjarmasin Utara menemukan bahwa kehadiran Indomaret dan Alfamart berdampak nyata pada perubahan omset dan keuntungan pedagang tradisional di sekitarnya (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan ULM, 2024), sementara studi di Kota Malang menunjukkan dampak pada omset, keuntungan, harga barang, dan perputaran barang pedagang ritel tradisional, sehingga disarankan agar pedagang tradisional memanfaatkan kedekatan emosional dengan pelanggan sebagai basis daya saing (Universitas Brawijaya, 2023). Penelitian di Lombok Timur (Tohri et al., 2023) dan Kota Banda Aceh (Isnaliana & Amri, 2024) juga mengonfirmasi pola serupa berupa penurunan omset dan pendapatan pedagang kecil pascakehadiran ritel modern.

Toko pracangan atau toko kelontong merupakan salah satu bentuk UMKM yang paling akrab dengan kehidupan masyarakat desa, dengan karakteristik skala usaha kecil, modal terbatas, serta relasi personal yang kuat antara pemilik dan pelanggan yang sering kali telah terjalin lintas generasi (Munthe, Yarham, & Siregar, 2023; Sirait et al., 2024). Kedekatan emosional dan fleksibilitas pelayanan, misalnya sistem pembayaran secara utang atau kredit informal kepada pelanggan tetap, menjadi keunggulan kompetitif toko pracangan yang tidak dimiliki oleh ritel modern maupun koperasi berskala lebih besar (Universitas Brawijaya, 2023). Omset penjualan sendiri merupakan salah satu indikator paling mendasar untuk mengukur kinerja dan keberlangsungan suatu usaha, karena mencerminkan langsung volume transaksi yang terjadi dalam periode tertentu, dan bersifat sensitif terhadap perubahan struktur persaingan di lingkungan usaha (Ismail, 2020; Jurnal RESIPROKAL, 2023).

Berdasarkan tinjauan tersebut, penelitian ini disusun dengan kerangka berpikir bahwa kehadiran Koperasi Desa Merah Putih di Desa Gadungan berpotensi menimbulkan dua kemungkinan dampak sekaligus, yaitu dampak positif berupa penguatan ekonomi desa secara kolektif, dan dampak yang dipersepsikan negatif berupa meningkatnya tekanan persaingan usaha yang berimplikasi pada omset penjualan toko pracangan. Persepsi pemilik toko pracangan terhadap kedua kemungkinan tersebut akan membentuk respons perilaku berupa strategi adaptasi usaha, yang dalam penelitian ini difokuskan pada strategi pelayanan dan pemeliharaan loyalitas pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif berbasis studi kasus (case study). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya menggali secara mendalam persepsi, pengalaman, dan makna subjektif yang dikonstruksi oleh pemilik toko pracangan terhadap kehadiran Koperasi Desa Merah Putih, yang tidak dapat direduksi

menjadi angka-angka statistik semata, melainkan memerlukan pemahaman kontekstual atas realitas sosial-ekonomi yang mereka alami sehari-hari.

Penelitian dilaksanakan di Desa Gadungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan salah satu desa yang telah membentuk Koperasi Desa Merah Putih sebagai bagian dari implementasi kebijakan nasional, dan di dalamnya masih terdapat sejumlah toko pracangan aktif milik warga yang berpotensi terdampak secara langsung oleh kehadiran koperasi tersebut.

Data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas usaha toko pracangan dan wawancara mendalam (in-depth interview) kepada pemilik toko pracangan di Desa Gadungan, salah satunya Ibu Srinatun, yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini karena telah menjalankan usaha toko pracangan dalam kurun waktu yang cukup lama dan memiliki pengalaman langsung merasakan dinamika persaingan usaha pascakehadiran koperasi desa. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, publikasi ilmiah, serta laporan kelembagaan terkait Koperasi Desa Merah Putih dan kondisi UMKM di Indonesia.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu: (1) observasi partisipatif nonstruktur untuk mengamati langsung aktivitas jual beli, interaksi pemilik toko dengan pelanggan, serta kondisi fisik dan operasional toko pracangan maupun koperasi desa; (2) wawancara semi-terstruktur dengan pedoman wawancara yang berfokus pada persepsi informan terhadap kehadiran koperasi desa, perubahan omset penjualan yang dirasakan, serta strategi adaptasi yang ditempuh; dan (3) studi dokumentasi terhadap data dan literatur pendukung yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi hasil wawancara dan observasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu persepsi terhadap kehadiran koperasi desa dan dampaknya terhadap omset penjualan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan secara naratif untuk memudahkan interpretasi, sebelum akhirnya ditarik kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi lapangan dan temuan penelitian terdahulu yang relevan, guna memastikan konsistensi dan validitas interpretasi yang dihasilkan.

3. PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kehadiran KDMP di Desa Gadungan

Desa Gadungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri merupakan salah satu desa yang menindaklanjuti Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2025 dengan membentuk Koperasi Desa Merah Putih sebagai bagian dari upaya percepatan pemerataan ekonomi desa. Kehadiran koperasi ini disambut dengan sikap yang beragam oleh warga, khususnya para pelaku usaha mikro yang telah lama menjalankan usaha dagang di lingkungan desa. Sebagian warga memandang kehadiran koperasi sebagai peluang baru untuk memperoleh akses permodalan dan kebutuhan pokok dengan harga yang lebih terjangkau, sejalan dengan tujuan awal pembentukan KDMP sebagai instrumen penguatan ekonomi kerakyatan (Tosari, 2026). Namun demikian, bagi pelaku UMKM yang usahanya bersinggungan langsung dengan unit usaha perdagangan koperasi, kehadiran tersebut tidak dapat dilepaskan dari kekhawatiran akan bertambahnya intensitas persaingan usaha.

Persepsi Pemilik Toko Pracangan: Manfaat Kolektif dan Kekhawatiran Individual

Hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan terhadap pemilik toko pracangan di Desa Gadungan menunjukkan pola persepsi yang bersifat ambivalen, yakni pengakuan

terhadap manfaat kehadiran koperasi bagi perekonomian desa secara kolektif, yang berjalan beriringan dengan kekhawatiran terhadap dampaknya bagi keberlangsungan usaha secara individual. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Srinatun, salah satu pemilik toko pracangan di Desa Gadungan, dalam wawancara yang dilakukan peneliti:

> *"Hasil observasi menunjukkan bahwa kehadiran Kopdes dipandang dapat memberikan manfaat bagi perekonomian desa, namun di sisi lain menimbulkan kekhawatiran bagi pelaku UMKM karena berpotensi meningkatkan persaingan usaha yang dapat memengaruhi jumlah pelanggan dan omset penjualan. Untuk mempertahankan pelanggan, pemilik usaha menerapkan strategi pelayanan seperti memberikan kemudahan pembayaran secara utang kepada pelanggan tetap."*

Pernyataan tersebut memperlihatkan dengan jelas dua dimensi persepsi yang saling berkelindan. Pertama, dimensi kolektif, di mana informan tidak menampik bahwa keberadaan koperasi desa membawa manfaat bagi perekonomian desa secara keseluruhan, sejalan dengan tujuan kebijakan yang memang dirancang untuk memperkuat perputaran ekonomi lokal (Beritanasionalupdate, 2026). Kedua, dimensi individual, di mana informan menyadari adanya potensi ancaman terhadap keberlangsungan usahanya sendiri akibat bertambahnya pilihan tempat berbelanja bagi warga desa. Pola persepsi ambivalen semacam ini konsisten dengan temuan penelitian terdahulu mengenai persepsi pedagang terhadap kehadiran ritel modern (Isnaliana & Amri, 2024). Kekhawatiran yang dirasakan pemilik toko pracangan bukan tanpa dasar apabila ditinjau dari perspektif teori persaingan usaha, sebab koperasi desa yang menjalankan unit usaha perdagangan kebutuhan pokok pada dasarnya menempati ruang pasar yang selama ini didominasi oleh toko pracangan, sehingga terjadi tumpang tindih segmen konsumen yang berpotensi menggeser sebagian pelanggan (Pondokpanjang, 2026).

Dampak terhadap Omset Penjualan: Analisis Kritis

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dampak kehadiran koperasi desa terhadap omset penjualan toko pracangan di Desa Gadungan belum sepenuhnya termanifestasi dalam bentuk penurunan omset yang drastis, melainkan lebih tepat digambarkan sebagai potensi risiko yang tengah diantisipasi oleh pemilik usaha. Kekhawatiran yang muncul bersifat antisipatif, mencerminkan kesadaran pemilik usaha terhadap perubahan struktur persaingan yang tengah berlangsung, sekalipun dampak nyatanya terhadap angka omset masih dalam tahap yang belum sepenuhnya stabil untuk diukur secara pasti mengingat koperasi desa merupakan lembaga yang relatif baru terbentuk. Pola semacam ini sejalan dengan temuan penelitian mengenai dampak ekspansi ritel modern terhadap warung kelontong, yang menunjukkan bahwa perubahan omset pedagang kecil tidak selalu terjadi secara instan, melainkan berlangsung secara bertahap seiring dengan pergeseran kebiasaan belanja konsumen dalam jangka menengah hingga panjang (Universitas Brawijaya, 2023).

Analisis kritis terhadap temuan ini menunjukkan bahwa faktor yang paling menentukan besar-kecilnya dampak terhadap omset bukan semata-mata kehadiran koperasi itu sendiri, melainkan derajat kesamaan segmen pasar antara koperasi dan toko pracangan. Apabila koperasi desa cenderung fokus pada penyediaan kebutuhan pokok dalam skala besar atau grosir, sementara toko pracangan tetap unggul dalam pelayanan eceran yang fleksibel dan personal, maka potensi crowding out dapat diminimalkan. Sebaliknya, apabila koperasi turut menyasar segmen eceran harian yang selama ini menjadi ladang utama toko pracangan, tekanan terhadap omset penjualan toko pracangan berpeluang besar untuk meningkat secara signifikan, sebagaimana pola yang ditemukan pada kasus ekspansi ritel modern di berbagai daerah (Tohri et al., 2023; Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan ULM, 2024). Pada tahap awal kehadirannya, koperasi desa di Gadungan tampaknya masih berada pada fase konsolidasi kelembagaan, sehingga

dampaknya terhadap omset toko pracangan belum mencapai titik kritis. Namun, tanpa adanya kebijakan yang secara eksplisit mengatur pembagian segmen pasar atau skema kemitraan antara koperasi dan UMKM lokal, potensi pergeseran dampak dari sekadar kekhawatiran menjadi kerugian nyata dalam jangka panjang tetap perlu diwaspadai oleh para pemangku kepentingan di tingkat desa.

Strategi Adaptasi: Pembayaran Utang sebagai Modal Sosial

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah strategi adaptasi yang ditempuh pemilik toko pracangan untuk mempertahankan pelanggan di tengah kekhawatiran terhadap persaingan usaha, yaitu dengan memberikan kemudahan pembayaran secara utang atau kredit informal kepada pelanggan tetap. Strategi ini pada dasarnya merupakan bentuk pemanfaatan modal sosial yang telah lama dibangun antara pemilik toko dan pelanggannya, berupa relasi saling percaya yang tidak dapat direplikasi dengan mudah oleh lembaga usaha berskala lebih besar seperti koperasi desa maupun ritel modern. Dari sudut pandang manajemen pemasaran, strategi ini dapat dipahami sebagai upaya membangun loyalitas pelanggan melalui personalisasi layanan (personalized service), yang menjadi salah satu keunggulan kompetitif utama usaha mikro berskala kecil (Universitas Brawijaya, 2023).

Meskipun demikian, strategi pembayaran utang ini juga mengandung risiko tersendiri bagi keberlangsungan usaha toko pracangan apabila tidak dikelola dengan baik. Pemberian kredit informal tanpa pencatatan yang rapi dan tanpa batas plafon yang jelas berpotensi menimbulkan masalah likuiditas bagi pemilik toko, terutama jika terjadi penumpukan piutang dari pelanggan yang menunda pembayaran dalam waktu lama. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menjadi paradoks tersendiri: strategi yang semula ditujukan untuk mempertahankan omset penjualan justru berpotensi menggerus arus kas usaha apabila tidak diimbangi dengan manajemen keuangan yang memadai. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan manajerial bagi pelaku UMKM desa, sejalan dengan temuan penelitian mengenai pentingnya program pendampingan UMKM terhadap peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha (Saudin, Rinaldi, & Yusuf, 2024).

Implikasi: Menuju Pola Kemitraan Koperasi Desa dan UMKM

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa persepsi pemilik toko pracangan terhadap kehadiran Koperasi Desa Merah Putih tidak dapat direduksi menjadi sikap penolakan semata, melainkan sikap yang lebih kompleks berupa penerimaan bersyarat (conditional acceptance) yang disertai kewaspadaan terhadap dampak persaingan usaha. Sikap semacam ini membuka ruang bagi terbentuknya pola relasi kemitraan yang lebih konstruktif antara koperasi desa dan pelaku UMKM lokal (Jurnal Integritas Serasan Sekundang, 2025). Beberapa opsi kemitraan yang dapat dipertimbangkan antara lain: pertama, koperasi desa dapat memposisikan diri sebagai penyedia pasokan grosir bagi toko pracangan, sehingga toko pracangan memperoleh harga kulakan yang lebih kompetitif tanpa harus bersaing langsung dalam penjualan eceran; kedua, koperasi dapat mengembangkan skema kemitraan distribusi yang melibatkan toko pracangan sebagai mitra penyalur produk koperasi; dan ketiga, koperasi dapat berfokus pada unit usaha yang belum tersedia secara memadai di desa, seperti simpan pinjam atau penyediaan sarana produksi pertanian, sehingga tidak beririsan langsung dengan segmen usaha eceran kebutuhan pokok yang telah dijalankan toko pracangan. Keberhasilan mewujudkan pola kemitraan ini sangat bergantung pada peran aktif pemerintah desa dan pengurus koperasi dalam melibatkan pelaku UMKM lokal sejak tahap perencanaan unit usaha koperasi, bukan hanya sebagai objek kebijakan tetapi sebagai mitra strategis (Bachtiar, Pratiwi, & Rizal, 2025).

Secara keseluruhan, temuan dari Desa Gadungan memperkuat argumen dalam literatur bahwa dampak koperasi desa terhadap UMKM bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi secara seragam pada semua lokasi. Karakteristik kelembagaan koperasi desa yang berbasis kepemilikan kolektif warga membuka peluang yang lebih besar untuk menghindari pola crowding out dibandingkan ritel modern yang sepenuhnya berorientasi korporasi swasta. Kunci keberhasilan tersebut terletak pada kemampuan pengurus koperasi dan pemerintah desa dalam merancang unit usaha yang saling melengkapi, bukan saling menggantikan, dengan usaha mikro yang telah eksis di desa.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, pemilik toko pracangan di Desa Gadungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri memiliki persepsi yang bersifat ambivalen terhadap kehadiran Koperasi Desa Merah Putih, yaitu mengakui manfaatnya bagi perekonomian desa secara kolektif, namun sekaligus mengkhawatirkan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha mereka secara individual akibat meningkatnya persaingan usaha. Kedua, dampak kehadiran koperasi desa terhadap omset penjualan toko pracangan pada tahap awal ini belum termanifestasi dalam bentuk penurunan yang drastis, melainkan lebih berupa potensi risiko yang tengah diantisipasi, yang berpeluang meningkat apabila koperasi desa memperluas cakupan unit usaha eceran yang bersinggungan langsung dengan segmen pasar toko pracangan. Ketiga, untuk mempertahankan pelanggan dan keberlangsungan usahanya, pemilik toko pracangan menempuh strategi pelayanan berbasis modal sosial, khususnya pemberian kemudahan pembayaran secara utang kepada pelanggan tetap, yang menjadi bentuk keunggulan kompetitif relasional yang tidak dimiliki koperasi maupun ritel modern.

Temuan ini menegaskan bahwa relasi antara koperasi desa dan UMKM tidak bersifat deterministik, melainkan sangat bergantung pada pola pengelolaan dan skema kemitraan yang dibangun. Kehadiran koperasi desa berpotensi menimbulkan crowding out apabila tidak dikelola secara hati-hati, namun juga berpotensi menciptakan crowding in yang saling menguntungkan apabila koperasi diposisikan sebagai mitra penguat, bukan pesaing langsung, bagi usaha mikro yang telah eksis di desa.

Berdasarkan simpulan tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa saran. Bagi pengurus Koperasi Desa Merah Putih di Desa Gadungan, disarankan untuk merancang unit usaha yang saling melengkapi dengan usaha mikro warga, misalnya memposisikan koperasi sebagai pemasok grosir bagi toko pracangan alih-alih menjadi pesaing langsung dalam penjualan eceran harian. Bagi pemerintah desa, disarankan untuk secara aktif melibatkan pelaku UMKM lokal dalam proses perencanaan dan evaluasi unit usaha koperasi desa, guna memastikan kebijakan yang inklusif dan meminimalkan potensi konflik kepentingan ekonomi antarwarga. Bagi pemilik toko pracangan, disarankan untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih tertib atas praktik pembayaran utang kepada pelanggan, agar strategi mempertahankan loyalitas pelanggan tersebut tidak menimbulkan risiko likuiditas usaha dalam jangka panjang. Adapun bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian dengan pendekatan kuantitatif atau mixed-methods pada rentang waktu yang lebih panjang guna mengukur secara lebih presisi perubahan omset penjualan toko pracangan pascakehadiran koperasi desa, serta memperluas cakupan lokasi penelitian.

5. DAFTAR PUSTAKA

Afgani, R., & Wanusmawatie, I. (2025). Kebijakan Koperasi Merah Putih dalam Perspektif Ekonomi Politik Pembangunan: Pendekatan State-Centered dan Teori Ketergantungan. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9(2), 22375–22383.

Bachtiar, I. A., Pratiwi, A., & Rizal, A. (2025). Koperasi Desa Merah Putih dalam Perspektif Pembangunan Desa dan Tata Kelola Pemerintahan. Journal of Society Bridge, 3(2), 95–106.

Beritanasionalupdate. (2026). Bukan Sekadar Desain, Ini Dampak Nyata Koperasi Merah Putih. beritanasionalupdate.com.

Fiskusnews. (2026). Urgensi Pendirian Koperasi Desa Merah Putih di Seluruh Indonesia: Analisis Mendalam. fiskusnews.com.

Isnaliana, & Amri, A. (2024). Dampak Persaingan Ritel Modern Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Banda Aceh: Analisis Review Alfamart dan Indomaret. Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi dan Bisnis, 3(2).

Ismail, M. N. (2020). Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kota Parepare. SEIKO Journal of Management & Business, 2(2), 267–268.

J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah. (2026). Transformasi Ekonomi Pedesaan Melalui Koperasi Desa Merah Putih: Kontribusi Terhadap Ketahanan Ekonomi dan Pertahanan Negara Indonesia.

Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora. (2026). Ritel Modern Vs Koperasi Desa Merah Putih, Mungkinkah?

Jurnal Integritas Serasan Sekundang. (2025). Model Sinergi Koperasi Merah Putih dan UMKM dalam Meningkatkan Keberlanjutan Ekonomi Lokal di Indonesia.

Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Universitas Lambung Mangkurat. (2024). Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Kinerja Pedagang di Pasar Tradisional.

Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan UMKM terhadap Perekonomian Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 2(3), 593–614.

Ningsih, R., & Dewantara, M. (2022). Peran Dukungan Pemerintah Daerah terhadap Inovasi Koperasi dan Efisiensi UMKM di Indonesia. Jurnal Manajemen Koperasi Indonesia, 7(2), 55–70.

Pondokpanjang. (2026). Koperasi Desa Merah Putih dan Dampaknya bagi UMKM Lokal. pondokpanjang.id.

Purba, E., & Adityo, B. (2023). Local Economic Sustainability through Cooperative Digital Transformation in Rural Indonesia. International Journal of Economics and Development Studies, 11(4), 59–78.

Saudin, A., Rinaldi, T., & Yusuf, M. (2024). Evaluasi Program Pendampingan UMKM di Banggai Tengah: Dampak terhadap Produktivitas dan Efisiensi Usaha. Jurnal Pembangunan Ekonomi Lokal, 8(1), 15–31.

Sirait, E., Sugiharto, B. H., Abidin, J., Padang, N. S., & Putra, J. E. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(7), 3816–3829.

Suhartono, A., Dewi, M., & Prasetya, R. (2022). Peran Digitalisasi Koperasi dalam Efisiensi UMKM di Indonesia. Journal of Cooperative Studies, 13(1), 33–50.

Tohri, A., Mastur, Habibuddin, Syamsiar, H., & Parhanuddin, L. (2023). Dampak Sosial dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) terhadap UMKM di Lombok Timur. RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual, 5(1).

ISSN : 3025-9495

Tosari. (2026). Dampak dan Manfaat Koperasi Desa Merah Putih (KDMP) bagi Warga Masyarakat Desa. Pemerintah Desa Tosari, Kabupaten Kendal.

Universitas Brawijaya. (2023). Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Usaha Pedagang Ritel Tradisional (Studi Kasus Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang). Repositori Universitas Brawijaya.

Presiden Republik Indonesia. (2025). Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2025 tentang Percepatan Pembentukan Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.