



Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Alfamart dan Indomaret Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima)

Muhamad Lutfi^{1*}, Sunaini Rofi'ah², Muhammad Nur Rijal³

Program Studi Perdagangan Internasional, Universitas Mbojo Bima, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 21, 2026

Revised January 13, 2026

Accepted February 14, 2026

Available online February 14, 2026

Kata Kunci:

Dampak Alfamart dan Indomaret,
Pendapatan, Pedagang kecil.

Keywords:

Impact of Alfamart and Indomaret,
Income, Small traders.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2026 by Author. Published by
CV. Rifainstitut

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kehadiran minimarket Alfamart dan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kecil di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima NTB baik sebelum maupun sesudah adanya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Rasanae Barat. Dalam kaitannya dengan penelitian ini secara umum pedagang kecil yang ada di Kecamatan Rasanae Barat. Sejak hadirnya Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Rasanae Barat, tentunya memberikan pengaruh bagi pendapatan mereka. Penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan yang bersifat kualitatif deskriptif yaitu wawancara dengan pedagang toko kecil yang berjumlah 25 (dua puluh lima) orang, wawancara dilakukan dengan santai, dan tidak merumitkan pedagang, pertanyaan yang diajukan juga tidak bersifat mengintrogasi melainkan hanya untuk memperoleh data yang diinginkan guna menyelesaikan penulisan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perubahan pendapatan pedagang yang sebelum adanya Alfamart dan Indomaret pendapatan pedagang selalu dari Rp.4.000.000-Rp.6.000.000 perbulan, namun setelah hadirnya alfamart pendapatan mereka mengalami penurunan hanya mencapai Rp.1.000.000- Rp.3.000.000. Dampak hadirnya minimarket Alfamart dan Indomaret terhadap pendapatan pedagang toko kecil di Kecamatan Rasanae Barat mengalami perubahan pendapatan. Mulai dari penurunan pendapatannya, penurunan jumlah konsumennya dan juga sulit untuk memaksimalkan keuntungan dan sulit untuk mengembangkan usahanya. Strategi dalam menjual penting dimiliki oleh para pedagang umumnya. Strateginya yaitu penataan ulang toko, penambahan jam operasional, penambahan jenis barang, pemberian label harga produk, pelayanan yang baik ke konsumen.

ABSTRACT

This research was conducted to obtain information about the effect of the presence of Alfamart and Indomaret minimarkets on the income of small traders in Rasanae Barat District, Bima City, NTB both before and after the existence of Alfamart and Indomaret in Rasanae Barat District. In relation to this research, generally small traders in the District of Rasanae Barat. Since the presence of Alfamart and Indomaret in West Rasanae District, of course, they have an impact on their income. This research was conducted by field research and using a descriptive qualitative approach, namely interviews with small shop traders totaling 25 (twenty five) people, interviews were carried out in a relaxed manner, and did not complicate the traders, the questions asked were not interrogative but only to obtain information. the desired data to complete the writing in this study. The results showed that there was a change in the income of traders before the existence of Alfamart and Indomaret, the income of traders was always from Rp. 4,000,000 - Rp. 6,000,000 per month, but after the presence of Alfamart and Indomaret their income decreased only to Rp. 1,000,000 - Rp. 3,000 .000. The impact of the presence of Alfamart and Indomaret minimarkets on the income of small shop traders in Rasanae Barat District has changed in income. Starting from a decrease in income, a decrease in the number of consumers and it is also difficult to maximize profits and difficult to develop their business. An important selling strategy is owned by traders in general. The strategy is reorganizing the store, adding operating hours, adding types of goods, giving product price tags, good service to consumers.

*Corresponding author

E-mail addresses: Lutfi83.stisipmbojo@gmail.com (Muhammad Lutfi)

1. PENDAHULUAN

Aktivitas perdagangan merupakan salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beranekaragam. Aktivitas perdagangan atau jual beli dilakukan di pasar. Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 menerangkan bahwa pasar adalah area tempat jual beli barang atau tempat bertemunya pedagang dan pembeli (Sari & Anwar US, 2021). Pasar tradisional adalah pasar dengan ciri utama terdapat tawar-menawar harga dalam proses jual beli, sedangkan pasar modern merupakan area jual beli yang memiliki harga yang pasti (Ginting, 2018). Pasar modern dibedakan menjadi pusat perbelanjaan dan toko modern. Pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang (Hindi, et al, 2023).

Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran (Wijaya et al., 2023). Toko modern dibedakan menjadi minimarket, supermarket, hypermarket, department store dan perkulakan. Perbedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. Minimarket, supermarket dan hypermarket menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya secara eceran. Department Store menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi (Wijaya et al., 2022).

Minimarket memiliki luas lantai yang paling kecil di antara jenis-jenis toko modern, yaitu kurang dari 400 m². Minimarket saat ini semakin marak di Indonesia, terlebih lagi dengan adanya jaringan minimarket dengan sistem franchise atau waralaba seperti Alfamart dan Indomaret. Investor lokal dapat dengan mudah mendirikan minimarket franchise karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar (Elim et al., 2023).

Jaringan minimarket franchise seperti Alfamart dan Indomaret memiliki situs internet yang bisa diakses oleh semua orang dan memuat informasi tentang cara-cara mendirikan minimarket waralaba secara rinci. Gerai/outlet Indomaret disyaratkan berukuran 50 – 150 m² sementara gerai/outlet Alfamart disyaratkan berukuran 150 - 250 m². Ukuran ruang usaha yang tidak terlalu luas memungkinkan terbukanya peluang lebih besar untuk masuk dalam sistem waralaba (franchise) tersebut (Junior et al., 2023).

Minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket juga meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern (termasuk minimarket) lebih rapi, bersih dan praktis daripada pasar tradisional, meskipun tak sedikit pula masyarakat yang memilih loyal terhadap pasar tradisional. Hal ini merupakan pergeseran dari kebutuhan fungsional menjadi kebutuhan psikologis. Kebutuhan fungsional (functional needs) adalah kebutuhan yang berhubungan langsung dengan bentuk atau penampilan (performance) dari produk, sedangkan kebutuhan psikologis (psychological needs) adalah kebutuhan yang diasosiasikan dengan kebutuhan yang bersifat mental dari konsumen yang dapat terpenuhi dengan berbelanja ataupun membeli sebuah produk. Terkait dengan kebutuhan masyarakat mengenai kebutuhan minimarket modern, pemerintah menerbitkan peraturan mengenai toko modern diatur dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pengertian toko modern menurut Pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada.

Kehadiran minimarket Alfamart dan Indomaret di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat pada saat ini. Seiring berkembangnya zaman perusahaan ritel di Indonesia semakin banyak, mulai dari minimarket, supermarket dan hypermarket. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya perusahaan ritel yang membuat masyarakat semakin dimanjakan oleh

berbagai pusat perbelanjaan. tumbuh pesatnya perusahaan ritel seperti minimarket di wilayah permukiman masyarakat mempunyai pengaruh positif dan negative terhadap warung-warung kecil di sekitarnya. Kemunculan pasar modern seperti alfamart dan Indomaret juga berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang menurunnya omset dan jumlah pelanggannya yang semakin berkurang.

Di Zaman modern ini banyak orang yang melakukan bisnis atau berwirausaha dengan berbagai aneka ragam sesuai dengan keterampilan dan kreativitas yang mereka miliki, tujuannya yaitu untuk menarik pelanggan supaya datang dan membeli produk-produknya. Perkembangan perekonomian Indonesia secara keseluruhan pasca krisis moneter menunjukkan peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditunjukkan oleh mulai maraknya berbagai bisnis perdagangan di masyarakat. Dari yang melakukan usaha kecil-kecilan sampai ke skala menengah dan besar.

Menurut Sopia syihabudhin bisnis ritel terbagi menjadi dua kelompok, yaitu ritel besar dan ritel kecil. ritel besar terdiri dari *specialty Store*, *Department store* (Toko Serba ada), *supermarket* (pasar swalayan). *Discount Store* (Toko Diskon), *Hypermarket* (Pasar Hiper), *chain Store*. Sedangkan ritel kecil terbagi menjadi perdagangan eceran berpangkalan dibagi lagi menjadi berpangkalan tetap (misalnya kios, depot, warung), berpangkalan tidak tetap (misalnya pedagang kaki lima, pasar sore) dan pakai alat (roda dorong, pedati, dan alat pikul).

Dengan demikian menurut penjelasan tersebut maka Alfamart dan Indomaret termasuk kedalam ritel besar dan sedangkan toko-toko kecil masuk kedalam ritel kecil. Toko kecil merupakan salah satu tempat usaha kebutuhan barang pokok yang diminati banyak orang, karena jaraknya tidak terlalu jauh dari rumah dan sangat menguntungkan bagi para pemilik toko. Hasil yang mencukupi untuk kebutuhan hidup para pemilik membuat kualitas usaha toko kecil banyak diminati orang sebagai salah satu usaha rumahan. Dengan usaha ini, pemilik bias menyekolahkan anak, memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang lain, bahkan bisa menopang perekonomian dalam keluarganya. Usaha ini tergolong usaha yang tidak begitu susah karena modal yang diperlukan tidak begitu banyak dan bisa dilakukan dirumah sendiri, oleh karena itu semakin banyak orang yang mendirikan usaha serupa dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan buat dirinya sendiri maupun keluarganya. Kebutuhan sehari-hari pun bisa tercukupi karena penghasilannya terbilang cukup lumayan, bahkan tidak sedikit dari pemilik toko tersebut bisa memberikan pendidikan kepada anaknya sampai jenjang yang lebih tinggi.

Namun sekarang ini, usaha toko kecil mulai tersingkirkan oleh toko-toko modern yang lebih besar seperti Alfamart dan Indomaret. Keberadaan alfamart dan Indomaret membuat toko kecil lebih banyak kehilangan pelanggan-pelanggannya dan demikian berkurangnya konsumen berbelanja di toko kecil tentu ini juga sangat berdampak terhadap menurunnya pendapatan toko tersebut. Keterbatasan yang dimiliki toko kecil tidak memungkinkan untuk bersaing secara baik dengan toko yang lebih besar. Fasilitas dan kualitas yang diberikan toko besar membuat konsumen lebih memilih untuk belanja ditempat tersebut seperti alfamart, indomaret maupun minimarket-minimarket sejenisnya yang mulai berkembang. berminat untuk berbelanja di alfamart. Lain halnya dengan toko-toko yang ada disekitarnya, pemilik toko merasa dirugikan dengan adanya alfamart, karena keberadaanya membuat konsumen yang dulunya menjadi pelanggan toko-toko kecil pada beralih ke alfamart yang ada disekitarnya.

Dengan bertumbuhnya minimarket khususnya Indomaret dan Alfamart di Kota Bima belakangan ini, dianggap secara tidak langsung mengancam dan melumpuhkan pedagang tradisional. Karena itu pemerintah Kota Bima diminta memikirkan nasib pedagang kecil yang bisa saja kehilangan mata pencaharian akibat tergilas perusahaan besar.

Pemerintah diwajibkan mengkaji ulang pemberian izin pendirian minimarket-minimarket tersebut. Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bima dibentuk dengan mengingat ketentuan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Adapun arah kebijakan yang ingin dicapai antara lain pemberdayaan pasar tradisional agar dapat tumbuh dan

berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat, serta saling menguntungkan; memberikan pedoman bagi penyelenggaraan ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern; memberikan norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern; pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen.

Kemudahan-kemudahan dalam hal perijinan yang di berikan oleh Pemerintah Kota Bima, membuat tingginya geliat masyarakat untuk berinvestasi dan menanamkan modalnya di bidang retail Minimarket baik itu dari kalangan investor lokal maupun investor luar Kota Bima. Saat ini sampai dengan bulan Juli di tahun 2022 terdapat lebih dari 20 Minimarket Alfamart dan 4 Minimarket Indomaret telah didirikan dan beroperasi di Kota Bima. Dan kemungkinan dalam beberapa waktu ke depan jumlah Minimarket tersebut akan terus bertambah seiring dengan tingginya animo masyarakat untuk berbelanja di Alfamart maupun di Indomaret dengan mudah, aman, nyaman serta kelebihan-kelebihan fasilitas lainnya yang ditawarkan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif dimaknai sebagai suatu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan cara menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek maupun objek penelitian sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan, berdasarkan fakta-fakta empiris yang tampak di lapangan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, dengan memotret kondisi, situasi, dan realitas sosial sebagaimana berlangsung secara alami pada waktu penelitian dilakukan. Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini, fokus penelitian tidak diarahkan untuk menguji hubungan antarvariabel, melainkan sebatas untuk melukiskan dan menggambarkan sejumlah variabel yang berkaitan langsung dengan permasalahan dan unit analisis yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Kota Bima, khususnya di Kecamatan Rasanae Barat, dengan menggambarkan situasi dan peristiwa yang sedang berlangsung di wilayah tersebut. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai dampak ekonomi dari pendirian minimarket Alfamart dan Indomaret terhadap pedagang kecil di sekitarnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu studi pustaka dan studi lapangan. Studi pustaka (library research) dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, majalah, surat kabar, jurnal ilmiah, dan literatur lain yang relevan dengan fokus penelitian. Sementara itu, studi lapangan dilakukan dengan cara peninjauan langsung ke lokasi penelitian guna memperoleh data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama di lapangan. Dalam studi lapangan tersebut, peneliti menggunakan metode wawancara sebagai salah satu teknik utama pengumpulan data. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan dengan tujuan memperoleh keterangan, pendapat, serta informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Denzin dan Lincoln memaknai wawancara sebagai suatu percakapan yang merupakan seni bertanya, mendengar, dan memahami, sedangkan Kerlinger mendefinisikan wawancara sebagai situasi peran antarpribadi yang dilakukan secara tatap muka (face to face), di mana pewawancara mengajukan pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian kepada informan. Berdasarkan pengertian tersebut, wawancara dapat disimpulkan sebagai proses tanya jawab yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan data dan informasi secara mendalam dan jelas.

Dalam praktiknya, terdapat dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan ketika informasi yang dibutuhkan telah ditentukan secara pasti, sehingga pelaksanaannya dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa pedoman wawancara tertulis yang berisi daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan. Adapun wawancara tidak terstruktur bersifat lebih fleksibel dan bebas, karena dilakukan secara alamiah untuk menggali ide, pandangan, serta gagasan informan secara terbuka tanpa menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara kaku. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan rinci, melainkan hanya berpegang pada garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada informan.

Selain wawancara, teknik pengumpulan data juga dilakukan melalui kuesioner. Menurut Nana Sudjana dan Ibrahim et al., (2021) kuesioner merupakan alat pengumpul data yang digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pendapat, aspirasi, harapan, persepsi, keinginan, dan keyakinan responden, yang disampaikan secara tertulis. Dengan demikian, kuesioner dipahami sebagai teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan, baik terbuka, semi terbuka, maupun tertutup, kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pengalaman dan persepsi mereka. Teknik pengumpulan data berikutnya adalah observasi. Koentjaraningrat dalam Papayungan dkk. (1992:136) menyatakan bahwa data yang memiliki tingkat kebenaran tinggi hanya dapat diperoleh melalui teknik observasi, partisipasi, dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan terhadap benda, keadaan, kondisi, aktivitas, proses, maupun perilaku individu dalam setting alamiah. Black dan Champion dalam Papayungan et al., (2023) menegaskan bahwa penggunaan teknik observasi menjadi sangat penting karena kuesioner dan wawancara tidak selalu mampu menjangkau seluruh aspek permasalahan penelitian. Oleh karena itu, observasi diperlukan untuk melihat secara langsung dinamika perilaku dan situasi yang berlangsung di lapangan. Adapun objek observasi dalam penelitian ini adalah para pedagang kecil yang berjualan di sekitar minimarket Alfamart dan Indomaret.

Teknik pengumpulan data lainnya adalah dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara melakukan pencatatan langsung terhadap dokumen-dokumen, arsip, laporan, catatan harian, serta sumber tertulis lain yang berkaitan dengan objek penelitian. Linton dalam Latief (2000:99) menyebut teknik dokumentasi sebagai metode rekonstruksi historis, yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui peristiwa-peristiwa yang telah terjadi di masa lalu dengan mengandalkan bukti-bukti dokumen yang tersedia. Meskipun dokumen-dokumen tersebut tidak pernah sepenuhnya lengkap, namun melalui rekonstruksi historis, peneliti dapat memahami rangkaian peristiwa yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang kecil. Oleh karena itu, teknik dokumentasi dalam penelitian ini difokuskan pada pencatatan dokumen yang memiliki keterkaitan langsung dengan kondisi ekonomi dan pendapatan pedagang kecil di sekitar lokasi minimarket.

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan sejak proses pengumpulan data berlangsung hingga setelah seluruh data terkumpul. Pada saat wawancara berlangsung, peneliti secara simultan telah melakukan analisis awal terhadap jawaban informan. Apabila hasil analisis sementara menunjukkan bahwa data yang diperoleh belum memadai, maka peneliti melanjutkan proses penggalan data hingga diperoleh data yang dianggap kredibel dan jenuh. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang berlangsung secara terus-menerus dan berkesinambungan hingga data mencapai tingkat kejenuhan. Tahapan analisis data meliputi data collection (pengumpulan data), yaitu proses pengumpulan data sebanyak-banyaknya yang berkaitan dengan kondisi pedagang kecil; data reduction (reduksi data), yaitu proses pemilahan dan penyederhanaan data dengan menghilangkan data yang lemah, kurang valid, atau tidak relevan dengan fokus penelitian; data display (penyajian data), yaitu penyusunan data hasil reduksi ke dalam bentuk

laporan yang sistematis, mudah dibaca, dan dipahami sesuai dengan rumusan masalah; serta conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan), yaitu proses perumusan kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh mengenai dampak pendirian Alfamart dan Indomaret, tanpa menyimpang dari tujuan penelitian dan tetap mampu menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak sesudahnya hadirnya Alfamart dan Indomaret terhadap pendapatan pedagang toko kecil di Kecamatan Rasanae Barat mengalami perubahan pendapatan. Para pedagang mulai merasakan keresahan karena terjadinya penurunan pendapatan penjualan yang dialami secara langsung oleh mereka dari tahun ketahunnya. Mulai dari penurunan pendapatannya, penurunan jumlah konsumennya dan juga sulit untuk memaksimalkan keuntungan dan sulit untuk mengembangkan usahanya.

Strategi untuk toko kecil agar bisa bersaing menghadapi Alfamar dan Indomaret

Dengan kehadiran alfamart di Desa Simpang Sungai Duren yang sangat memberikan pengaruh terhadap usaha mereka salah satunya ialah penurunan pendapatan mereka. Akibat pengaruh ini, informan harus bisa melakukan strategi agar bisa bersaing menghadapi kehadiran Alfamart dan Indomaret diantaranya antara lain sebagai berikut.

Penataan ulang Toko

Kondisi sebuah toko menurut sebagian masyarakat sangat penting karena mempengaruhi tingkat menarik atau tidaknya sebuah toko. Pada umumnya toko-toko kecil menata tokonya seadanya saja bahkan boleh dikatakan tidak tertata rapih, semua barang diletakkan sesuai kategorinya. Tidak hanya itu, tampilan dari toko juga kebanyakan kotor, lusuh, dan panas. Hal ini yang mendorong konsumen beralih memilih berbelanja di alfamart sebagai tempat mereka belanja. Dengan hal tersebut salah satu strateginya yaitu dengan toko kecil harus mengubah sistem penataan tokonya. Pedagang toko harus mengubah pengaturan tokonya. Pengaturan yang dimaksud yaitu sistem pengaturan barang yang digunakan, dimana penataan barang dagangan dibuat berkelompok, hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen mencari barang yang akan dibelinya. Penataan ulang toko ini seperti barang jualan diletakkan di rak-rak sesuai dengan kelompoknya misalnya alat mandi sesama keperluan mandi, alat dapur sesama alat dapur, makanan dengan makanan dan begitu seterusnya agar lebih memudahkan konsumen untuk memilih barang.

Penambahan jam operasional

Jam operasional sebuah toko menentukan tingkat keuntungan sebuah toko, jika lebih lama membuka toko tersebut, keuntungan pun akan lebih banyak diterima, begitu juga sebaliknya jika jam operasional sebuah toko hanya sebentar maka jumlah keuntungan yang didapat juga berbeda dengan jam o perasional yang lebih lama. Penambahan jam operasional menjadi sebuah strategi yang mana apabila Alfamart dan Indomaret tutup tokonya, mampu menarik konsumen karena mereka akan berbelanja di toko kecil ketika Alfamart dan Indomaret tutup.

Penambahan jenis barang

Salah satu kelemahan toko kecil adalah penjualan barang yang variatif atau kurang beragam, berbeda dengan Alfamart dan Indomaret dimana Alfamart dan Indomaret menjual segala kebutuhan sehari-hari dengan lengkap. Apabila toko kecil masih ingin dikunjungi

konsumen, maka kelemahan tersebut harus segera di atasi, pedagang harus melengkapi barang-barang apa yang dibutuhkan konsumen pedagang ada menjualnya agar pelanggan selalu berlangganan berbelanja di toko kecil karena apa yang konsumen cari ada di pedagang toko kecil.

Pemberian label harga produk

Salah satu kelemahan toko kecil pada umumnya dilayani langsung oleh pemilik tokonya sendiri, bahkan hingga untuk mengetahui sebuah harga pada produk harus bertanya kepada pemilik toko. Berbeda dengan Alfamart dan Indomaret yang telah membuat harga pada rak-rak jualannya sehingga konsumen langsung mengetahui harga barang yang akan dibeli. Dengan hal tersebut salah satu cara memodernkan usaha adalah dengan membuat label-label harga pada sebuah produk seperti dilakukan oleh Alfamart dan Indomaret agar bisa menarik konsumen agar bisa senang berbelanja di toko pedagang kecil.

Pelayanan yang baik ke konsumen

Agar bisa bersaing dengan Alfamart dan Indomaret pedagang toko kecil harus bisa memberikan pelayanan yang baik ke konsumen agar konsumen selalu senang dengan pelayanan yang di lakukan pedagang toko. Dengan hal tersebut apabila pelayanan baik maka konsumen senang berbelanja di toko kecil dengan begitu konsumen selalu berlangganan berbelanja di toko kecil.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di Alfamart dan Indomaret dan Pedagang Kecil yang ada di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima NTB dengan meneliti informan yang terdiri dari Kasir Alfamart dan Indomaret, Konsumen, Pihak Pemerintah dan 25 pemilik Toko Kecil yang ada di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima NTB. Data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dengan melakukan wawancara secara langsung dengan Kasir, Konsumen, Pihak Pemerintah dan pemilik Toko Kecil ditemukan beberapa pendapat dari berbagai sudut pandang mengenai Dampak kehadiran Minimarket Alfamart dan Indomaret terhadap Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima). Pedagang toko kecil di Kecamatan Rasanae Barat umumnya hanya bersaing dengan pedagang toko kecil lainnya saat sebelum adanya Alfamart dan Indomaret dan hal ini tidak begitu berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Pendapatan pedagang merupakan pendapatan per hari yang dihasilkan oleh pedagang yang terbilang cukup stabil bahkan mengalami peningkatan, kebutuhan sehari-hari pun tercukupi karena terbilang lumayan, bahkan tidak sedikit dari pemilik toko bisa memberikan pendidikan pada anaknya sampai kejenjang perguruan tinggi dan dapat menopang perekonomian dalam keluarga untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan hidup.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kehadiran Minimarket Alfamart dan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kecil di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima NTB, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pendapatan pedagang toko kecil di Kecamatan Rasanae Barat sebelum hadirnya minimarket modern seperti Alfamart dan Indomaret relatif stabil, bahkan cenderung meningkat, karena pola persaingan hanya terjadi antar sesama pedagang kecil. Pada periode tersebut, pendapatan harian pedagang berkisar antara Rp4.000.000 hingga Rp6.000.000. Namun, setelah beroperasinya minimarket modern, terjadi penurunan pendapatan yang signifikan hingga berada pada kisaran Rp1.000.000 sampai Rp3.000.000 per bulan. Kondisi ini menimbulkan keresahan di kalangan pedagang kecil, yang ditandai dengan menurunnya jumlah konsumen, berkurangnya volume penjualan, serta semakin sulitnya memaksimalkan keuntungan dan mengembangkan usaha. Dalam menghadapi tekanan

persaingan tersebut, pedagang kecil dituntut memiliki strategi penjualan yang adaptif, antara lain melalui penataan ulang toko, penambahan jam operasional, diversifikasi jenis barang dagangan, pencantuman label harga yang jelas, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan bertahan di tengah kompetisi.

5. REFERENSI

- Br. Ginting, S. Y. (2018). Keberadaan Mini Market Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Swarnabhumi : Jurnal Geografi Dan Pembelajaran Geografi*, 3(1), 67–75. <https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v3i1.2432>
- Di, T., Jailolo, K., Halmahera, K., & Ratulangi, U. S. (2023). Jurusan Ekonomi Pembangunan , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Grafik 1 Pertumbuhan Jumlah Gerai Minimarket di Indonesia Tahun 2015-2020 Sumber : EuromonitorInternational , 6Juli2021. 23(5), 61–72.
- Elim, A. E. L., Fanggidae, R. P. C., Salean, D. Y., Modern, R., & Kelontong, T. (n.d.). *ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN RITEL MODERN Analysis of the Impact of the Presence of Modern Retailers Alfamart and Indomaret on the Business Performance of Grocery Stores in East*. 1779–1789.
- Pasar, D. A. N., Di, T., & Sorong, K. (2022). *ANALYSIS OF THE IMPACT OF ALFAMART AND INDOMARET MINIMARKET HILIRIZATION FOR COMMUNITY ECONOMY AND TRADITIONAL MARKETS IN SORONG CITY*. 3(2), 46–51.
- Pendapatan, T., & Tradisional, P. (2023). *Pegguruang: Conference Series*. 5.
- Sari, Y., & Anwar US, K. (2021). Pengaruh Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kec. Telanaipura Kota Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 252–264. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.45>
- Wijaya, S., Musthofa, A., & Dewi, H. (2023). *Dampak Keberadaan Indomaret terhadap Perekonomian Toko Kelontong*. 114–123.