

Dampak Keberadaan Indomart/Alfamart Terhadap Pedagang Kecil dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi kasus di Kelurahan Handil Bakti Kecamatan Palaran Kota Samarinda)

Ratiani Puspitasari¹, Mohammad Bahzar², Marwiah³, Jawatir Pardosi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Mulawarman, Indonesia

E-mail: ratianipuspitasari@gmail.com¹, moh.bahzar@fkip.unmul.ac.id², marwiahjohansyah@gmail.com³, pardo_si@yahoo.com⁴

Article History:

Received: 01 Juli 2026

Revised: 07 Juli 2026

Accepted: 09 Juli 2026

Keywords: *ritel modern, Indomaret, Alfamart, pedagang kecil, UMKM*

Abstract: *Keberadaan ritel modern seperti Indomaret dan Alfamart memberikan perubahan pada pola persaingan usaha ritel yang berpotensi memengaruhi keberlangsungan pedagang kecil dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan Indomaret dan Alfamart terhadap pedagang kecil dan UMKM serta mengidentifikasi strategi yang dilakukan dalam menghadapi persaingan tersebut di Kelurahan Handil Bakti, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokasi penelitian di Kelurahan Handil Bakti. Informan penelitian terdiri atas pedagang kecil, pelaku UMKM, dan salah satu ketua RT yang berada di sekitar lokasi operasional Indomaret dan Alfamart. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Indomaret dan Alfamart memberikan dampak signifikan terhadap pedagang kecil dan UMKM, berupa penurunan omzet, berkurangnya jumlah pelanggan, serta meningkatnya persaingan dalam aspek harga, kenyamanan, dan kelengkapan produk. Di sisi lain, kehadiran ritel modern mendorong pedagang untuk meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan inovasi usaha, dan memperbaiki strategi pemasaran agar tetap kompetitif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberadaan ritel modern menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi pedagang kecil dan UMKM. Oleh karena itu, diperlukan strategi adaptasi dari pelaku usaha serta dukungan pemerintah melalui pembinaan, pelatihan, dan pengaturan zonasi ritel modern guna menciptakan persaingan usaha yang lebih sehat dan berkelanjutan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir. Kehadiran minimarket berjejaring seperti Indomaret dan Alfamart telah mengubah pola distribusi barang kebutuhan sehari-hari serta perilaku konsumen dalam berbelanja. Ritel modern menawarkan berbagai keunggulan, seperti harga yang kompetitif, kenyamanan tempat berbelanja, kelengkapan produk, serta kualitas pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan toko tradisional. Kondisi tersebut menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang berdampak pada meningkatnya persaingan antara ritel modern dengan pedagang kecil maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Kotler & Keller, 2016).

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, perkembangan ritel modern menimbulkan berbagai tantangan bagi pelaku usaha kecil. Persaingan yang terjadi tidak hanya pada aspek harga, tetapi juga pada kualitas pelayanan, kelengkapan produk, promosi, serta kenyamanan tempat usaha. Akibatnya, sebagian pedagang kecil mengalami penurunan omzet, berkurangnya jumlah pelanggan, bahkan kesulitan mempertahankan usahanya (Tambunan, 2019).

Di sisi lain, keberadaan ritel modern tidak selalu memberikan dampak negatif. Persaingan usaha dapat mendorong pedagang kecil untuk meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan inovasi produk, memperbaiki strategi pemasaran, serta memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usahanya. Dengan demikian, kehadiran ritel modern dapat menjadi peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing apabila mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis (Porter, 1985).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai dampak keberadaan ritel modern terhadap usaha kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadarma et al. (2010) menemukan bahwa kehadiran minimarket modern berpengaruh terhadap penurunan pendapatan dan jumlah pelanggan pedagang tradisional yang berada di sekitar lokasi ritel modern. Sementara itu, penelitian Nielsen (2018) menunjukkan bahwa sebagian konsumen memilih ritel modern karena faktor kenyamanan, kebersihan, dan kelengkapan produk. Penelitian lain oleh Tambunan (2019) menjelaskan bahwa kemampuan UMKM dalam mempertahankan usahanya dipengaruhi oleh kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar melalui inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, dan strategi pemasaran yang tepat.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai dampak ritel modern terhadap pedagang tradisional, kajian yang secara khusus membahas kondisi pedagang kecil dan UMKM di Kelurahan Handil Bakti, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda masih sangat terbatas. Karakteristik wilayah, tingkat persaingan, kondisi sosial ekonomi masyarakat, serta pola konsumsi lokal memungkinkan munculnya temuan yang berbeda dengan penelitian di daerah lain. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai dampak keberadaan Indomaret dan Alfamart terhadap pedagang kecil dan UMKM di wilayah tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan Indomaret dan Alfamart terhadap pedagang kecil dan UMKM di Kelurahan Handil Bakti, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda, serta mengidentifikasi strategi yang dilakukan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pembinaan UMKM, pengaturan zonasi ritel modern, serta pengembangan strategi peningkatan daya saing pedagang kecil agar tercipta iklim persaingan usaha yang sehat dan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Ritel Modern

Ritel merupakan kegiatan usaha yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun rumah tangga. Menurut Kotler dan Keller (2016), ritel adalah seluruh aktivitas yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi, bukan untuk dijual kembali. Ritel memiliki peran penting sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen melalui penyediaan produk pada lokasi, waktu, dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Perkembangan ritel modern di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, terutama sejak hadirnya minimarket berjangkauan seperti Indomaret dan Alfamart. Utami (2017) menjelaskan bahwa ritel modern merupakan bentuk perdagangan yang dikelola secara profesional dengan sistem manajemen yang terstruktur, memanfaatkan teknologi informasi, menerapkan standar pelayanan yang baik, menyediakan produk yang lengkap, serta menawarkan harga yang kompetitif. Keunggulan tersebut menjadikan ritel modern lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan toko tradisional.

Selain itu, Levy dan Weitz (2012) menyatakan bahwa keberhasilan ritel modern dipengaruhi oleh strategi penentuan lokasi, kelengkapan produk, pelayanan, promosi, tata letak toko (*store layout*), serta kenyamanan konsumen saat berbelanja. Faktor-faktor tersebut menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pedagang kecil apabila tidak melakukan inovasi dalam menjalankan usahanya.

Pedagang Kecil dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha produktif yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM merupakan usaha produktif milik perseorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan aset dan omzet usaha.

Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjadi penggerak utama perekonomian nasional. Oleh karena itu, keberadaan UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, dan pengurangan tingkat pengangguran. Pedagang kecil merupakan bagian dari UMKM yang menjalankan kegiatan perdagangan dalam skala kecil dengan modal terbatas serta melayani kebutuhan masyarakat sekitar. Keberlangsungan usaha pedagang kecil dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mempertahankan pelanggan, menyesuaikan harga, menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen, serta meningkatkan kualitas pelayanan.

Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan kondisi ketika dua atau lebih pelaku usaha menawarkan produk atau jasa yang sama kepada konsumen. Menurut Porter (1985), tingkat persaingan dalam suatu industri dipengaruhi oleh lima kekuatan (*Five Forces*), yaitu ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar pembeli, kekuatan tawar pemasok, dan persaingan antar pelaku usaha dalam industri yang sama.

Dalam konteks perdagangan ritel, kehadiran Indomaret dan Alfamart meningkatkan intensitas persaingan karena kedua perusahaan memiliki modal yang besar, jaringan distribusi yang luas, sistem promosi yang terencana, serta efisiensi operasional yang tinggi. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang kecil harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar tetap dapat mempertahankan usahanya.

David dan David (2017) menjelaskan bahwa organisasi atau pelaku usaha yang mampu bertahan dalam persaingan adalah mereka yang memiliki strategi yang tepat, mampu membaca perubahan lingkungan bisnis, serta mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan.

Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Pedagang Kecil

Keberadaan ritel modern memberikan dampak yang beragam terhadap pedagang kecil maupun UMKM. Menurut Suryadarma et al. (2010), keberadaan minimarket modern di sekitar pasar tradisional dapat menyebabkan penurunan omzet penjualan, berkurangnya jumlah pelanggan, serta menurunkan daya saing pedagang tradisional.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa perubahan perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan memperoleh produk, kenyamanan berbelanja, kualitas pelayanan, harga, promosi, serta citra toko. Oleh karena itu, konsumen cenderung memilih tempat berbelanja yang mampu memberikan nilai lebih dibandingkan alternatif lainnya.

Namun demikian, keberadaan ritel modern juga dapat memberikan dampak positif. Persaingan mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki pengelolaan usaha, memperluas variasi produk, memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Strategi Bertahan Pedagang Kecil dan UMKM

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut David dan David (2017), strategi adalah cara yang digunakan organisasi untuk memperoleh keunggulan bersaing melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui peningkatan kualitas pelayanan, diferensiasi produk, penetapan harga yang kompetitif, serta kemampuan membangun loyalitas pelanggan.

Dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern, pedagang kecil dan UMKM dapat menerapkan beberapa strategi, antara lain:

- meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan;
- menyediakan produk yang lebih lengkap dan sesuai kebutuhan masyarakat;
- menjaga kualitas barang yang dijual;
- memberikan pelayanan yang lebih personal;
- memanfaatkan media sosial sebagai media promosi;
- mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan tetap; dan
- melakukan inovasi produk maupun cara pemasaran.

Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM sehingga tetap dapat bertahan di tengah perkembangan ritel modern.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Schiffman dan Wisenblit (2019), perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, lokasi, promosi, kenyamanan, pelayanan, dan pengalaman berbelanja. Oleh karena itu, perubahan perilaku konsumen akibat berkembangnya ritel modern menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang kecil.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberadaan ritel modern memberikan pengaruh terhadap usaha kecil dan UMKM. Suryadarma et al. (2010) menemukan bahwa

minimarket modern berdampak terhadap penurunan omzet dan jumlah pelanggan pedagang tradisional. Tambunan (2019) menjelaskan bahwa daya saing UMKM sangat ditentukan oleh kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis melalui inovasi, peningkatan kualitas pelayanan, dan penguatan strategi pemasaran. Sementara itu, Utami (2017) menyatakan bahwa keberhasilan ritel modern didukung oleh sistem manajemen yang profesional, penggunaan teknologi informasi, serta strategi pemasaran yang efektif.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini menggunakan konsep ritel modern, persaingan usaha, perilaku konsumen, dan strategi bertahan UMKM sebagai landasan untuk menganalisis dampak keberadaan Indomaret dan Alfamart terhadap pedagang kecil dan UMKM di Kelurahan Handil Bakti, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif, hal-hal yang diteliti lebih detail atau terpisah dari fenomena lain. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak keberadaan Indomart / Alfamart terhadap pedagang kecil & UMKM

Keberadaan toko ritel modern seperti Indomart dan Alfamart tentu memberikan perubahan terhadap kondisi sosial dan ekonomi para pedagang kecil serta pelaku UMKM di sekitarnya, terutama dalam hal persaingan usaha dan pendapatan. Hadirnya ritel modern dengan fasilitas yang lebih lengkap, tempat yang nyaman, serta sistem penjualan yang lebih teratur membuat sebagian masyarakat tertarik untuk berbelanja di tempat tersebut. Hal ini secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap aktivitas perdagangan yang dijalankan oleh pedagang kecil di sekitar lokasi tersebut.

Meskipun demikian, dampak yang dirasakan oleh pedagang kecil tidak sepenuhnya memberikan pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan usaha mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, sebagian besar pedagang menyatakan bahwa keberadaan Alfamidi dan Alfamart tidak memberikan pengaruh yang buruk terhadap pendapatan mereka. Para pedagang meyakini bahwa rezeki setiap orang telah diatur, sehingga mereka tetap berusaha menjalankan usaha seperti biasa dengan penuh keyakinan.

Selain itu, pedagang kecil juga percaya bahwa hubungan sosial yang baik dengan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan usaha mereka. Kedekatan yang telah terjalin antara pedagang dan pelanggan membuat sebagian masyarakat tetap memilih berbelanja di warung atau toko kecil dibandingkan di ritel modern. Sikap ramah, pelayanan yang baik, serta adanya hubungan silaturahmi yang telah lama terjalin menjadi keunggulan tersendiri bagi pedagang kecil dalam menghadapi persaingan dengan toko ritel modern.

Di sisi lain, keberadaan Indomart dan Alfamart juga memberikan dorongan bagi pedagang kecil untuk lebih meningkatkan kualitas usaha mereka. Beberapa pedagang mulai memperbaiki cara berdagang, seperti meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, menata barang dagangan dengan lebih rapi, serta menjaga kebersihan toko agar lebih nyaman bagi pembeli. Upaya-upaya tersebut dilakukan sebagai bentuk penyesuaian pedagang kecil terhadap perkembangan sistem perdagangan yang

semakin modern.

Namun demikian, sebagian pedagang juga mengungkapkan bahwa terkadang terjadi penurunan jumlah pembeli pada waktu-waktu tertentu, terutama ketika konsumen memilih berbelanja di ritel modern yang menyediakan berbagai kebutuhan dalam satu tempat. Walaupun demikian, kondisi tersebut tidak sepenuhnya membuat pedagang kecil kehilangan pelanggan, karena masih banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja di warung kecil yang lokasinya lebih dekat serta memberikan pelayanan yang lebih fleksibel.

Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan penulis pada penelitian ini, yaitu teori dampak yang di kemukakan oleh (Nayoan Tania, (2021:31). dampak ekonomi sebagai akibat dari suatu perubahan yang terjadi dilingkungan. Hal ini sangat relevan dengan situasi di Kecamatan Palaran Kelurahan Handil Bakti Kota Samarinda di mana keberadaan Alfamidi dan Alfamart memang memberikan dampak terhadap pedagang kecil dan UMKM, terutama dalam hal persaingan usaha. Namun dampak tersebut tidak sepenuhnya bersifat negatif terhadap aktivitas perdagangan pedagang kecil & UMKM. Hal ini dikarenakan para pedagang masih memiliki keunggulan dalam hal kedekatan sosial dengan pelanggan serta keyakinan bahwa rezeki telah diatur, selama mereka tetap menjaga hubungan baik dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Upaya yang dilakukan pedagang kecil & umkm dalam menghadapi kehadiran Indomart / Alfamart

Kehadiran ritel modern seperti Indomart dan Alfamart di suatu wilayah tentu memberikan perubahan terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya bagi pedagang kecil dan pelaku UMKM yang berada di sekitar lokasi tersebut. Adanya toko ritel modern dengan sistem pelayanan yang lebih teratur, fasilitas yang lengkap, serta variasi produk yang lebih banyak dapat mempengaruhi pola belanja masyarakat. Hal ini secara tidak langsung menimbulkan persaingan antara pedagang kecil dengan ritel modern dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Meskipun demikian, keberadaan Indomart dan Alfamart tidak sepenuhnya memberikan dampak yang besar terhadap keberlangsungan usaha pedagang kecil. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, para pedagang mengungkapkan bahwadirnya Alfamart dan Alfamidi tidak membawa pengaruh terhadap aktivitas usaha mereka. Para pedagang meyakini bahwa setiap orang telah memiliki rezeki yang telah diatur, sehingga mereka tetap menjalankan usaha dengan penuh keyakinan serta terus berusaha mempertahankan pelanggan yang telah ada.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, pedagang kecil dan pelaku UMKM melakukan berbagai upaya agar usaha mereka tetap bertahan di tengah persaingan dengan ritel modern. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menjaga hubungan baik atau silaturahmi dengan para pelanggan. Kedekatan hubungan antara pedagang dan konsumen yang telah terjalin sejak lama menjadi salah satu kekuatan utama bagi pedagang kecil. Melalui sikap ramah, komunikasi yang baik, serta pelayanan yang lebih personal, pedagang berusaha menciptakan kenyamanan bagi konsumen agar tetap memilih berbelanja di tempat mereka.

Selain menjaga hubungan sosial dengan pelanggan, beberapa pedagang juga mulai meningkatkan kualitas pelayanan dan cara pengelolaan usaha mereka. Pedagang berupaya menata barang dagangan dengan lebih rapi, menjaga kebersihan toko, mencari barang dari distributor atau tangan pertama sehingga pedagang dapat menjual

harga yang lebih murah, serta memperhatikan kebutuhan pelanggan yang sering berbelanja di tempat mereka. Upaya tersebut dilakukan agar toko terlihat lebih nyaman dan menarik sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk datang berbelanja.

Di sisi lain, fleksibilitas dalam sistem transaksi juga menjadi salah satu strategi yang dimiliki oleh pedagang kecil. Beberapa pedagang memberikan kemudahan kepada pelanggan seperti memperbolehkan pembelian dalam jumlah kecil, memberikan layanan hutang kepada pelanggan tertentu, serta melayani pembelian dengan lebih cepat dan praktis. Hal-hal tersebut menjadi keunggulan tersendiri bagi pedagang kecil yang tidak selalu dapat ditemukan pada toko ritel modern.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Syatibi dalam Muhammad Fahmi Nurani dan Abdul Muta Al (2024:4) memberikan solusi atau upaya bagi toko tradisional untuk mengatasi tekanan persaingan/berdampingan dengan toko modern. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa meskipun kehadiran Indomart dan Alfamart membawa perubahan dalam aktivitas perdagangan masyarakat, para pedagang kecil dan pelaku UMKM tetap mampu melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan usahanya. Pengaruh dari keberadaan ritel modern tersebut tidak terlalu besar, karena para pedagang meyakini bahwa rezeki telah diatur dan selama mereka tetap menjaga silaturahmi yang baik dengan pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayanan, usaha yang mereka jalankan dapat tetap bertahan di tengah persaingan yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai dampak keberadaan Indomaret dan Alfamart terhadap pedagang kecil dan UMKM di Kelurahan Handil Bakti, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Keberadaan Indomaret dan Alfamart memberikan dampak positif sekaligus negatif terhadap pedagang kecil dan UMKM. Dampak negatif yang dirasakan meliputi penurunan omzet penjualan, berkurangnya jumlah pelanggan, serta meningkatnya persaingan dalam aspek harga, kenyamanan, kelengkapan produk, dan promosi. Di sisi lain, kehadiran ritel modern juga memberikan dampak positif karena mendorong pedagang untuk meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan kerapian toko, memperbaiki pengelolaan usaha, serta meningkatkan daya saing agar tetap mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori persaingan Porter (1985) yang menjelaskan bahwa meningkatnya intensitas persaingan mendorong pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi dan peningkatan kualitas layanan.
2. Pedagang kecil dan UMKM menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya, antara lain menjaga hubungan baik dengan pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan, menata toko agar lebih rapi dan bersih, menawarkan harga yang kompetitif melalui pemasok langsung, menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta memberikan kemudahan transaksi, seperti pembelian dalam jumlah kecil maupun layanan utang kepada pelanggan tetap. Strategi tersebut menunjukkan bahwa pedagang memanfaatkan keunggulan yang tidak sepenuhnya dimiliki oleh ritel modern, yaitu kedekatan sosial dan fleksibilitas pelayanan. Temuan ini mendukung teori Syatibi yang menyatakan bahwa pedagang tradisional dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya melalui peningkatan pelayanan, pemanfaatan keunggulan lokal, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa perkembangan ritel modern tidak hanya menciptakan persaingan yang semakin ketat, tetapi juga mendorong pelaku UMKM untuk melakukan adaptasi, inovasi, dan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi mempertahankan keberlangsungan usahanya. Dengan demikian, keberhasilan pedagang kecil dalam menghadapi ritel modern sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka menciptakan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas, melibatkan jumlah informan yang lebih beragam, atau menggunakan pendekatan kuantitatif maupun metode campuran (*mixed methods*) sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai dampak keberadaan ritel modern terhadap pedagang kecil dan UMKM. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji pengaruh digitalisasi, layanan pesan antar, maupun perubahan perilaku konsumen terhadap daya saing UMKM di era transformasi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Zumrotul, M., & Siti, A. (2019). *Dampak Keberadaan Minimarket terhadap Toko Kelontong di Pasar Klampis Kabupaten Bangkalan Madura Zumrotul*. 205-207
- Hati, S. W., Departement, B. M., & Batam, P. N. (2018). *Comparison of market performance on retail business in traditional markets before and after the existance of modern alfamart market and indomaret market in batam city district batam city*. 3(1), 39–61.
- Katarina Chandra Hapsari. (2017). *PEDAGANG BERMOTOR : KARAKTERISTIK BARU PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN PENDIDIKAN TEMBALANG, SEMARANG*. 2-3
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang*. 2(2).
- 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.
- Perpres, M., Tahun, N., Perbelanjaan, P., Toko, D., Studi, M., & Utara, K. L. (2024). *Jurnal Commerce Law*. 4(2).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R & D*. 4-5
- Septina Alrianingrum, (2016). *PERDAGANGAN DI NUSANTARA ABAD KE-16 AISYAH*. 722-723.
- Sakti Osa, (2017). *Fokus Penelitian*. 65-66.
- Terhadap, T., Pembelian, K., & Indomaret, D. I. (2022). *Oikonomia Borneo*. 04(2), 130–145.
- Tohri, A., Syamsiar, H., & Parhanuddin, L. (2023). *Dampak Sosial dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur*. 5(1), 46–57.
- Vol, J. S. (2018). *GEOGRAFI KEBERADAAN MINI MARKET ALFAMART DAN INDOMARET KAITANNYA SELATAN Selpi Yana Br. Ginting*. 3(1).