

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

## **Kebijakan Perlindungan Kelompok Usaha Kecil Olahan Pangan Melalui Kemitraan Alfamart dan Indomart di Wilayah Kabupaten Lebak**

**Julizar Idris<sup>a</sup>, Ondi Asep Saputra<sup>b</sup>, Arif Nugroho<sup>c</sup>, Jumanah<sup>d</sup>**

<sup>a,b,c,d</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

e-mail : <sup>a</sup>julizaridris@gmail.com, <sup>b</sup>bondysaputra@gmail.com, <sup>c</sup>ariyul88@gmail.com,  
<sup>d</sup>jumanah1011@gmail.com

### **Abstrak**

Artikel ini dilatarbelakangi melihat bahwa pesatnya pertumbuhan minimarket menjadi pesaing dari UMKM / pasar tradisional dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Kelengkapan kebutuhan dan kenyamanan dalam transaksi dianggap menjadi alasan utama masyarakat lebih banyak memilih untuk berbelanja di minimarket. Minimarket tumbuh pesat dan dapat di temukan di segala tempat membuat persaingan antara UMKM serta menimbulkan pro dan kontra. Oleh karena itu dibutuhkan kebijakan kemitraan agar UMKM bisa berkerja sama dengan minimarket sekitar agar perekonomian masyarakat bisa terus meningkat. Dalam artikel ini akan membahas bagaimana implementasi kebijakan kemitraan umkm dan minimarket berjalan. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil pembahasan berisi dengan perkembangan umkm dan minimarket dalam meningkatkan perekonomian, kebijakan kemitraan umkm. Keberadaan minimarket bahkan bisa menjadi peluang Kemitraan antara UMKM dengan Toko berjejaring sesungguhnya amat luas dan banyak. Hampir setiap peraturan perundangan yang dibahas di muka mengamanatkan kemitraan sebagai solusi untuk mendorong perkembangan UMKM, Pasar Tradisional dan menangkal dampak negatif berkembang pesatnya toko berjejaring.

**Kata Kunci:** Kebijakan, Perlindungan Pelaku Usaha Kecil, Kemitraan.

## ***Policy for Protection of Small Food Processed Business Groups Through the Alfamart and Indomart Partnership in the Lebak Regency Area***

### ***Abstract***

*The background of this article is to see that the rapid growth of minimarkets has become a competitor of MSMEs / traditional markets in meeting people's needs. Completeness of needs and convenience in transactions is considered to be the main reason people prefer to shop at minimarkets. Minimarkets are growing rapidly and can be found in all places, creating competition between MSMEs and giving rise to pros and cons. Therefore, a partnership policy is needed so that MSMEs can work together with the surrounding minimarkets so that the community's economy can continue to increase. In this article we will discuss how the implementation of the MSME and minimarket partnership policy works. The research method uses a qualitative descriptive approach. The results of the discussion contain the development of MSMEs and minimarkets in improving the economy, MSME partnership policies. The existence of minimarkets can even be an opportunity for partnerships between MSMEs and networked shops which are actually very broad and numerous. Almost every law and regulation*

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

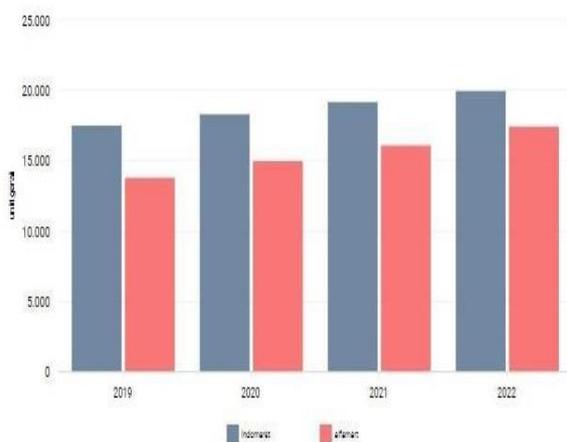
7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

*discussed above mandates partnerships as a solution to encourage the development of MSMEs, Traditional Markets and counteract the negative impact of the rapid development of network stores.*

**Keywords:** Policy, Protection of Small Business Actors, Partnership.

## A. PENDAHULUAN

Kompetisi dalam dunia perdagangan semakin menjadi terlebih saat ini perdagangan ritel diminati oleh pemodal besar dengan munculnya berbagai mini market diberbagai tempat bahkan sampai kedaerah- daerah (Warno, 2013; Rachman, 2018). Hal ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



**Gambar 1.** Perkembangan Gerai Minimarket  
Sumber: Media Online, 2023

Indomaret dan Alfamart adalah toko retail modern berukuran kecil atau minimarket yang sangat populer di Indonesia. Dua toko ini pun terus berekspansi setiap tahunnya. Pesatnya pertumbuhan minimarket tersebut memiliki dampak yaitu munculnya persaingan dengan pasar tradisional. Persaingan tersebut memunculkan permasalahan sebagaimana telah dilakukan beberapa penelitian oleh Utomo, 2011; Wulandari & Meydianawathi, 2016; Apsari, Pascarani, & Winaya, 2017; Mahmudah Masyhuri, 2011; Mujahid, 2018; Astuti, Veronica Sri dan Septiandika, 2019 adalah; (1) omset atau penjualan pasar tradisional salah satunya pedagang kelontongan semakin menurun sehingga menyebabkan kerugian. (2) berkurangnya pendapatan bagi pelaku usaha terutama bagi

kelompok eceran yang menjual produk seragam seperti bahan baku. (3) terjadinya monopoli perdagangan, (4) Menumpuknya barang di gudang karena lambatnya perputaran arus penjualan, (5) penurunan jumlah pasar tradisional, (6) memarginalkan pasar tradisional. Hal ini sejalan dengan penelitian Hadif Nst (2018) yang mengatakan bahwa hadirnya alfamart dapat mengancam keberadaan pasar tradisional disebabkan produk yang dijual hampir sama dengan harga yang lebih murah serta adanya promo dan diskon yang menjadi daya tarik konsumen untuk lebih berbelanja di ritel modern tersebut. Bahkan Aryani (2011) dalam penelitiannya membandingkan sebelum dan sesudah kemunculan minimarket sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang tradisional yang menurun semenjak munculnya minimarket.

Dampak buruk yang ditimbulkan minimarket tersebut tidak menjadikan keberadaan mini market dihentikan begitu saja, hal ini disebabkan karena beberapa alasan bahwa mini market tetap eksis bahkan di negara seperti Amerika, dalam penelitian Todd (2006) mengatakan bahwa perusahaan ritel modern menyerap tenaga kerja paling banyak di Amerika jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Kemudian Alexander et al, (2008); Mphela & Shunda, (2018); Lange et al, (2019); Peters et al. (2019) menambahkan bahwa pemerintah mendorong pendirian supermarket digunakan sebagai promosi makanan melalui supermarket. Di Indonesia minimarket juga memberikan pengaruh positif dalam peningkatan nilai ekonomis meliputi peningkatan harga tanah, tumbuhnya usaha-usaha penduduk dan membuka lapangan pekerjaan (Sugara, 2018). Dari prespektif upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat minimarket dipandang positif sebagai penyedia barang-barang bermutu dan memberikan jaminan kepercayaan dilihat dari





# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

Kemitraan yang dijalin oleh UMKM dengan toko modern adalah penggunaan lokasi usaha yang disediakan oleh toko modern, kerjasama perdagangan produk lokal dan selain itu keberadaan minimarket ini juga memiliki dampak ekonomi seperti peluang dalam penyerapan tenaga kerja, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Peluang Kemitraan antara UMKM dengan Toko berjejaring sesungguhnya amat luas dan banyak. Hampir setiap peraturan perundangan yang dibahas di muka mengamanatkan kemitraan sebagai solusi untuk mendorong perkembangan UMKM, Pasar Tradisional dan menangkal dampak negatif berkembang pesatnya toko berjejaring. Berbagai pembatasan yang dilakukan Pemerintah terhadap Toko berjejaring pada ujungnya juga selalu menyodorkan kemitraan sebagai jalan tengahnya. Adapun beberapa saran yang disampaikan dalam hal ini yakni:

- 1) Bagi Lembaga Legislatif dan kepala daerah, dalam hal ini komisi yang menanungi kerjasama, penguatan ekonomi UMKM untuk melakukan komunikasi secara kontinu baik kepada pelaku usaha maupun dengan pemerintah daerah, selain itu diperlukan pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan daerah yang berisi bahwa perusahaan wajib bermitra, sehingga keberadaan perusahaan besar dalam hal ini minimarket benar-benar memiliki manfaat bagi ekonomi lokal Kabupaten Lebak.
- 2) Bagi Organisasi Perangkat daerah, untuk mensinergikan program pemerintah baik sosialisasi, penyuluhan, fasilitasi serta informasi yang diberikan dilakukan secara merata, mengingat wilayah Kabupaten Lebak yang luas sehingga dapat terjangkau dan dapat diterima dengan baik.
- 3) Bagi Minimarket, kolaborasi yang sudah berjalan untuk dilakukan secara kontinuitas dan bentuk kepedulian sosial diberikan sesuai dengan kebutuhan pelaku Usaha salah satunya melakukan

pendampingan terutama bagi pelaku usaha yang belum memahami bagaimana UMKM dapat bermitra dengan minimarket.

- 4) Bagi Pelaku usaha, untuk minimarket untuk memberikan komunikasi yakni laporan kepada pemerintah baik kepada lembaga legislative, Dinas UMKM, Dinas perdagangan, dan dinas terkait mengenai kendala atau progress pelaksanaan kemitraan dengan UMKM agar selalu mendapat fasilitasi, pendampingan dari pemerintah sehingga kerjasama usaha tetap berjalan dan berkesinambungan.
- 5) Optimalisasi penggunaan website pada setiap organisasi perangkat daerah, dan pembuatan website khusus kemitraan minimarket dan UMKM yang berisi informasi keberadaan minimarket, syarat-syarat untuk bermitra, minimarket yang membuka kemitraan, dan adanya kolom untuk pengaduan yang transparan dan akuntabel.

## REFERENSI

- Agustina, I., & Pradesa, H.A. (2020). Gender Differences in Risk Taking Among Entrepreneurs : Case on Small Medium Enterprise in Malang: English. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 63-72. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.2.2020.63-72>
- Albana, H. (2022). *Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Kecamatan Serang*. UIN SMH Banten : Skripsi.
- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadir*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>
- Arenal, A., Feijoo, C., Moreno, A., Ramos, S.,

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

- & Armuña, C. (2021). Entrepreneurship Policy Agenda in the European Union: A Text Mining Perspective. *Review of Policy Research*, 38(2), 243-271. <https://doi.org/10.1111/ropr.12416>.
- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(01), 18-29.
- Banjari, A. Al. (2020). *analisis kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada indomaret banjarmasin (Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari)*. Uniska Banjarmasin : Skripsi.
- Bartlett, W. (2001). SME development policies in different stages of transition. *MOCT-MOST: Economic Policy in Transitional Economies*, 11(3), 197-204. Retrieved from <http://www.springerlink.com/index/WJ1488840376027J.pdf>
- Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 31. <https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.783>
- Dimiyati, A. (2018). Kajian Kritis Dampak Kebijakan Izin Usaha Ritel (Minimarket) Terhadap Keberlangsungan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Hukum Responsif Jurnal Hukum*, 05, 23-44. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Responsif/article/view/1110>
- Ghassani, N. (2015). kemitraan pengembangan umkm" (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142-151.
- Hidayati, N., Slamet, A.R., Agustina, I. (2022). Analyzing Gender Differences of Entrepreneurial Intention Among Student in Islamic University Malang. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5 (2), 296-302. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v5i2.1757>
- Ilmawan, K. F. (2015). *Analisa spasial pengaruh keberadaan minimarket waralaba terhadap omzet toko kelontong di kecamatan umbulharjo kota yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Skripsi.
- Kidalov, M. V., & Snider, K. F. (2011). US and European public procurement policies for small and medium-sized enterprises (SME): A comparative perspective. *Business and Politics*, 13(4). <https://doi.org/10.2202/1469-3569.1367>
- Kurniawan, R. (2019). *Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidimpuan*.
- Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Metaxas, T., & Duquette, M. N. (2015). Development policies and partnerships in Greece: experiences from Thessaloniki. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4(2), 209-233. <https://doi.org/10.1108/JEPP-07-2013-0027>
- Nugroho, A. A. (2016). *dampak perkembangan minimarket terhadap kestabilan ekonomi pedagang di pasar tradisional desa sukorejo kecamatan sukorejo kabupaten kendal tahun 2012-2013*. Universitas PGRI Yogyakarta:Skripsi.
- Nur, M., & Hasang, I. (2019). Pengaruh Minimarket Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di KotaParepare. *Journal of Management & Business*, 2(2), 263-279. [journal.stieamkop.ac.id/seiko](http://journal.stieamkop.ac.id/seiko)
- Otniel Handityasa P Dkk. (2018). Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Peraturan Izin Usaha. *Journa Universitas Diponegoro*, 18.

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern. *Nuclear Instruments and Methods*, 164(2), 255–265.
- Puspitasari, A. S., & Novira, A. (2022). Evaluation of Deconcentration Funds in the Regional Development Planning Agency (Bappeda) Central Java Province. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(2), 108–118. doi.org/10.30741/assets.v6i2.879.
- Rachman, T. (2018). implementasi kebijakan zonasi minimarket di kecamatan subang kabupaten subang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., I(1), 10–27.
- Rachmaya, V., & Negara, I. A. (2011). implementasi kebijakan kemitraan usaha pada peraturan bupati kabupaten sidoarjo ( Studi Kasus Di Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo ). 1–13.
- Rahman, A., Nugroho, A.B., Tindaon, S.S., Wijayanti, R. (2020). Advokasi Model Pemanfaatan E-commerce Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM. *SeTIA MENGABDI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2), 63 – 69.
- Setyawati, I. (2009). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dalam Perekonomian Nasional. *Majalah Ilmiah Widya*, 26(288), 50–57.
- Wijayanti, R., Taufik, N.I. (2022). The Role of Village Funds to Improve Community Welfare: A Study in West Bandung Regency. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development (IJEBD)*, 5 (1), 155-163. https://doi.org/10.29138/ijebd.v5i1.1641
- Wijayanti, R., Ravenska, N., & Nugroho, A. (2022). Business Model Innovation with Design Thinking Approach at Bumdes Pagerwangi. *Proceedings of the Third International Conference Administration Science, ICAS 2021*. https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315259
- Yang, A. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 15, 128–142. Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.